المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة أم القرى
معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة أم القرى
معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

دراسة

قياس رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج مقارنة بجودة الخدمات المقدمة له من مؤسسات حجاج الداخل لعام ١٤٢٥هـ

إعداد

١- د.محمد بن فواز بن رجاء الله العميري — باحث رئيس
٢-د.عبدالله بن حاسن الجابري — باحث مشارك
٣-د.فهد عبد الله الشريف — باحث مشارك

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد الله واشرف الخلق، وعلى اله وصحبه والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، ثم أما بعد،،،،،،

يقول الرسول صلى الله عليه وسلم (من لايشكر الناس لا يشكر الله)

نتقدم بخالص الشكر والامتنان لمعالي مدير جامعة أم القرى أ.د ناصر بن عبد الله الصالح على تشجيعه للبحث العلمي و رعايته للمعهد وتشجيعه المستمر لنا ولكل أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، مما كان له الأثر الكبير في إخراج الدراسة على هذه الصورة. كما نتوجه بالشكر والامتنان لسعادة الدكتور أسامة بن فضل البار عميد معهد خادم الحرمين الشريفين على عمله الدءوب لجعل هذا المعهد من انجح مراكز البحث العلمي ولما قدمه للباحثين من دعم وتشجيع مستمر وبأريحية بارة بإخوانه أعضاء هيئة التدريس في الجامعة والباحثين بعد تحقيق مرضاة الله سبحانه وتعالى. والشكر موصولا إلى فريق الطلبة الذين قاموا بجمع البيانات من الميدان.

وندعو الله سبحانه وتعالى أن يتقبل هذا العمل خالصا لوجه الكريم ،ويغفر لنا تقصيرنا وما قد وقعنا فيه من أخطاء،انه نعم المولى ونعم النصير.

الباحثين

محتويات الدراسة

رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج مقارنة بجودة الخدمات المقدمة له من مؤسسات حجاج الداخل لعام ١٤٢٥هـ

مقدمة:

يعتبر ارتفاع أسعار أداء فريضة الحج محور تذمر بعض الحجاج وخاصة عند مقارنتها بجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الداخلية ، وهي مشكلة لها أسباب متعددة، لعمل أهمها عدم قدرة النظام المحاسبي في هذه المؤسسات علي تقدير التكلفة الحقيقة للحاج وبالتالي تحقيق هامش ربح مع تقديم خدمة ذات جودة عالية تجعلها قادرة على البقاء في السوق واستقطاب عدد كبير من الحجاج

ومن خلال البحث السابق (جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات حجاج الداخل) ، تم ملاحظة تذمر بعض الحجاج من ارتفاع أسعار أداء هذه الفريضة ، وطالب عدد كبير منهم بتدخل الجهات المعنية في هذه الأسعار لان الأسعار الحالية في نظرهم تدفع الكثير من الراغبين في أداء فريضة الحج إلى العزوف عن التعاقد مع مؤسسات وشركات حجاج الداخل. وأشاروا إلى إن الأسعار الحالية تدفع الكثير من الراغبين في الحج إلى الافتراش في المشاعر المقدسة .

ومن ناحية أخرى، أشار بعض أصحاب المؤسسات الى أن الأسعار المحددة من قبل الجهات المعنية هي السبب وراء رفع الأسعار للحصول على هامش ربح معقول يضمن لهم تقديم خدمة جيدة واستمرارية في السوق.

و أكدوا على أن أسعار مخيمات حجاج الداخل تحتاج إلى إعادة نظر فالمؤسسة التي تدفع (٧٥٠٠) ريال للخيمة الواحدة كإيجار خلاف الخدمات الأخرى تضطر إلى رفع الأسعار مبينين أن هذه الأسعار العالية دفعت الكثير من الراغبين في أداء فريضة الحج إلى العزوف عن التعاقد مع شركات ومؤسسات حجاج الداخل واللجوء إلى الافتراش في ساحات المشاعر المقدسة مما ساهم في تعطل الحركة المرورية وإعاقة تحركات الحجاج ، وبالتالي أدى ذلك إلى انخفاض الطلب على خدمات بعض المؤسسات مما يهدد مستقبل بعض المؤسسات بالخروج من السوق. فالمؤسسات أمام أمرين إما الخروج من السوق أو تخفيض مستوى جودة الخدمة المقدمة للحاج.

ومن هذا المنطلق تأتي أهمية دراسة رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج مقارنة بمستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة وكذلك العوامل المحددة لتلك التكلفة.

وتهدف هذه الدراسة إلى تقدير متوسط التكاليف اللازمة لأداء فريضة الحج والعوامل المحددة لها من داخل المؤسسة وخارجها(دراسة النظام المالي داخل بعض المؤسسات وكيفية تحديد التكاليف) إضافة إلى التكاليف الثابتة الأخرى والتي قد تتضمن المبالغ التي تدفعها المؤسسات لإيجار الخيام.

العوامل التي قد تنتج عن ارتفاع الأسعار لأداء فريضة الحج:

١- ان عددا من الراغبين في أداء الفريضة من المواطنين والمقيمين لا يستطيعون التعامل مع الأسعار الحالية ولذلك تجدهم يفترشون في المشاعر المقدسة ، حيث أشار تقريرا إلى إن ٣٠% من أسباب الافتراش هي الأسعار العالية لمخيمات حجاج الداخل .وهذا الافتراش في الطرق المؤدية إلى الجمرات يؤدي إلى إعاقة الجهات المعنية عن أداء خدماتها المنشودة منها.

٢- قد يؤدي إلى خروج الكثير من المؤسسات من السوق .

٣- قد يؤثر خروج بعض مؤسسات من السوق إلي تخفيض درجة المنافسة على تقديم خدمة ذات جودة عالية.

أسئلة الدراسة:

والدراسة ستحاول الإجابة علي عدة أسئلة تطرح نفسها ، تتمثل فيما يلي:

*كيف تحدد مؤسسات الداخل تكلفة الحاج ؟

*ماهي العوامل التي تحدد التكاليف للحاج ؟

*هل تستخدم المؤسسات نظام محاسبي يسهل تحديد التكاليف ؟

*هل هناك محاسبين يقومون بتغذية النظام بالمعلومات للحصول على تكلفة حقيقية أم أفراد غير متخصصين ؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي بحث النقاط التالية:

(ا) قياس رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لاداء فريضة الحج

(ب) رضا الحاج عن مستوى جودة الخدمات المقدمة

(ج) دراسة العلاقة بين رضا الحاج عن التكلفة المفوعة وبين عناصر الخدمات المقدمة

(د) دراسة الأنظمة المحاسبية في بعض المؤسسات الداخلية

المبحث الأول

رضا العميل والعوامل المحددة له.

يعتبر الرضا احد أهم العوامل التي تناولتها الدراسات التسويقية كهدف استراتيجي يجب العناية به كمحدد رئيس لبقاء المنظمات في السوق والبقاء على مستوى مرضي من الطلب على السلعة أو الخدمة التي تقدمها ونظرا لأهميته سيتم تناوله بشيء من التفصيل خلال النقاط التالية:

(أ) المفهوم اللغوي للرضا.

(ب) تحديد المقصود برضا العميل في الفكر التسويقي وأهميته.

(ج) العوامل المحددة لرضا العميل.

(أ) المفهوم اللغوي للرضا.

جاء في معاجم اللغة "رَضي الله عنه وعليه يرضى رضا ورضوانا ... ويضمان ومرضاة ضد سخط وأرضاه أعطاه ما يُرضيه" (١)

وعليه فالرضا ضد السخط وعدم الرضا،وفي مجال السلع والخدمات فإن رضا العميل عن سلعة أو خدمة ما يعني محبته لها ورضاه عنها وعن من يقدمها له.

(ب) المقصود برضا العميل في الفكر التسويقي وأهميته.

يحتل رضا العميل أهمية كبيرة في مجال الدراسات التسويقية، فعليه تتوقف أرباح المنشأة فكلما زاد رضا العميل عن المنشأة زاد طلبه على منتجاتها من السلع والخدمات المختلفة، مما يؤدي إلى زيادة مبيعاتها وبالتالي زيادة ما تحققه من أرباح. وفي هذا الجانب نتناول مفهوم الرضا في الفكر التسويقي وأهميته والعوامل المحددة له. وهذا ما يتضح من الآتي:-

(١) مفهوم رضا العميل في الفكر التسويقي.

يعرف البعض رضا العميل عن السلعة أو الخدمة المقدمة من منشأة ما بأنه موقف فعال ناجم عن تقييم العميل لمجموعة من العلاقات بينه وبين البائع. وتقييم العميل للسلعة أو الخدمة المقدمة يعتمد على مقارنته للأداء الفعلي لها مع بعض المعايير أو المقاييس التي كان يتوقعها عنها، وهذه المقارنة لا تخرج عن ثلاث صور هي:-

أ – أن يكون الأداء الفعلي متوافقاً مع المعايير وهنا يتساوى الشعور بالرضا وعدمه لدى العميل تجاه السلعة أو الخدمة المقدمة له.

ب– أن يكون الأداء الفعلي متفوقاً على المعايير وهنا يشعر العميل بتمام الرضا عن السلعة أو الخدمة المقدمة له من المنتج لها.

ج– أن يكون الأداء الفعلي أقل من المعايير وهنا يشعر العميل بعدم الرضا عن هذه السلعة أو الخدمة المقدمة له.(٢)

ويعرف البعض رضا العميل بأنه شعور إيجابي ينتج عن مقارنة الأداء الفعلي للسلعة أو الخدمة بالأداء المتوقع لها بعد فترة من استخدامها(٣). ويُعرف آخرون ذلك بأنه شعور ناجم عن رد فعل العميل تجاه السلعة أو الخدمة، وهذا يتأثر بخصائص السلعة أو الخدمة وبالمعلومات التي يستخدمها العميل في اختيار هذه السلعة أو الخدمة.(٤)

إذاً رضا العميل ردود الفعل الايجابية أو السلبية للعميل تجاه السلعة أو الخدمة المقدمة له من منتجها من جميع الجوانب المختلفة، سواء من ناحية سعرها أو جودتها أو وفرتها أو خصائصها أو المعلومات المتوفرة عنها ونحو ذلك.

(٢) أهمية رضا العميل.

تشير الدراسات إلى أن التطابق بين الجودة الفعلية للسلعة أو الخدمة وتوقعات العميل عن الجودة من العوامل الهامة في نجاح المؤسسة ، وبالتالي تحقيق رضا العميل لما يلي(٥):-

- يساعد فهم وقياس رضا العميل في تحديد كميات السلعة والخدمة التي يطلبها في المستقبل وإمكانية تحوله إلى سلعة أو خدمة أخرى بديلة.
- يدفع المنشأة المنتجة للسلعة أو الخدمة إلى إتقانها وتطوير جودتها، مما يخلق ميزة تنافسية لهذه المنشأة ويزيد من قدرتها على المساومة.
- يرجع البعض اهتمام المنشآت برضا العميل إلى وضعها السيئ بالنسبة لمنحنى التكاليف، مما يدفع هذه المنشآت إلى تطبيق مفهوم الجودة الشاملة للحد من الفاقد في التكلفة لإرضاء العميل، وخلق ولاء له تجاهها. ويمكن قياس مدى قدرة المنشأة في المحافظة على عملائها ومنع تناقصهم عن طريق معدل نمو المبيعات ومعدل نمو الحصة التسويقية لها.
- يساعد رضا العميل في التقييم العام للمنشأة المنتجة لسلعة أو خدمة ما وذلك بالنظر إلى مشترياته منها خلال فترات زمنية عديدة.
- ويرى البعض أنه مع زيادة حدة المنافسة بين المنشآت أصبح من المهم لكل منشأة أن تطور منتجاتها وتقوي مركزها التنافسي في الأسواق، وهذا لا يكون إلا بالربط بين خصائص المنتج والمنافع التي يتوقعها العميل عندما يحصل على هذا المنتج. وهذا لا يتحقق إلا بوضع إستراتيجية معينة لتحسينه وتطويره.
- ويرى آخرون أن المنشآت الخدمية تهتم بضمان استمرارية العلاقة مع العميل، والعمل على زيادة معدل طلبه للسلعة أو الخدمة المنتجة وهذا لا يتحقق إلا برضاه عن الخدمة أو السلعة المقدمة.
- وهناك من يرى أن تطوير المنشآت لمنتجاتها وخدماتها سبباً في زيادة رضا عملائها عنها وبالتالي زيادة أرباحها في المستقبل(٦).

وخلاصة القول أن رضا العميل يؤدي إلى:-

(١) رسم السياسات الخاصة بتطوير برامج وخطط العمل بالمنشأة.

(٢) تحسين وتطوير جودة السلعة والخدمة المنتجة مما يعطيها قدرة تنافسية ومساومة أكثر.

(٣) زيادة المبيعات وبالتالي زيادة أرباح الشركات المرضية لعملائها.

(٤) خلق نوع من التفاعل والولاء بين العميل والمنشأة التي تحقق رضا عملائها مما يؤدي في النهاية إلى زيادة مشترياته منها.

(ج) العوامل المحددة لرضا العميل:

هناك خلاف في الفكر التسويقي حول محددات رضا العميل يمكن بيانها على النحو التالي:-

- يرى البعض أن هذا الرضا يتحدد بتوقعات العميل عن السلعة أو الخدمة والأداء الفعلي لها، وبالتالي المقارنة بين هذه التوقعات وكيفية الأداء لها(٧).
- ويرى البعض أن جودة السلعة أو الخدمة المقدمة يعّد محدداً رئيسياً لرضا العميل عنها، إذ يقارن بين الجودة الفعلية وتوقعاته عنها، وبعد المقارنة وعندما يشعر بالرضا عن السلعة أو الخدمة المقدمة له فإن ذلك يؤثر على سلوكه الشرائي في المستقبل وتكرر هذا الشراء أو تحوله إلى سلعة بديلة أخرى(٨).
- ويرى البعض بأن رضا العميل يتحدد بخصائص السلعة أو الخدمة المقدمة له ومدى ما يتوفر لديه من معلومات عن كيفية أدائها له في المستقبل(٩).

ويرى آخرون بأن تلبية رغبة العميل من إحدى محددات شعوره بالرضا تجاه السلعة أو الخدمة المنتجة، وعليه فإن عدم تلبية المنشأة لهذه الرغبة فإن هذا يؤدي إلى عدم انسجامه مع ما تنتجه هذه المنشأة من سلع وخدمات وبالتالي عدم شعوره بالرضا عنها(١٠).

ويشير البعض إلى أن تطوير المنشأة لمنتجاتها وخدماتها يؤدي إلى زيادة رضا عملائها، وقد ينجم عن ذلك زيادة ما تحققه من أرباح في المستقبل(١١).

وخلاصة القول أن أهم العوامل المؤثرة في رضا العميل تتمثل في:-

(١) توقعات العميل عن مستوى أداء السلعة أو الخدمة المقدمة له.

(٢) نتيجة المقارنة بين التوقعات ومستوى الأداء.

(٣) رغبة العميل في السلعة أو الخدمة.

(٤) توفر المعلومات الكافية للعميل عن السلعة أو الخدمة من كافة جوانبها.

(٥) تعاملات العميل السابقة مع المنشأة.

٣- مفهوم جودة الخدمة وأثرها على رضا الحاج والتكاليف.

هناك مجموعة من التعاريف الواردة في هذا البحث، والتي تحتاج إلى توضيح وهي تتمثل في الآتي:-

(١) مفهوم الجودة في السلعة:

جاء في القاموس المحيط ((الجيد الرديء، وجَادَ يجودَ جودة صار جيداً))(١٢) إذاً الجيد في اللغة عكس الرديء، وفي مجال السلع والخدمات فإن جودة السلعة أو الخدمة يعني سلامتها من العيب أو النقص وتقديمها للمستهلك بشكل سليم.

(٢) مفهوم الجودة في الفكر التسويقي.

اختلف الباحثون في تحديد المقصود بجودة الخدمة، حيث يرى البعض ان الجودة تعني "إنتاج منتج خالٍ من العيوب أو إنتاج المنتج بطريقة سليمة من أول مرة. أما Smith في 1993 فيرى أن مفهوم الجودة يعني" التزام الإدارة بإشباع حاجات ورغبات المستهلك(١٣).

وعرفها Philip Crosby بإنها "التطابق مع المواصفات" أما Gronroos Christion فقد ميز بين مفهومين للجودة هما:- الجودة الفنية والتي تعني ماذا تُقدم، والجودة الوظيفية والتي تعني كيف تقدم أو تسلم الخدمة. ويضيف Jarmi Lehtinen، مفهومين آخرين للجودة هما:- جودة العمليات، وهذه يحكم عليها المستهلك أثناء الخدمة ، وجودة الخدمات وهذه يحكم عليها المستهلك بعد حدوث الخدمة.

أما Lehtinen and Lehtinen فقد أضاف ثلاثة أبعاد أخرى للجودة هي:-

(١) الجودة المادية والتي تعني جودة الملامح المادية للخدمة.

(٢) وجود المنظمة والتي تعني الانطباع عن الشركة المقدمة للخدمة.

(٣) والجودة التفاعلية والتي تتولد نتيجة التفاعل بين الموظفين والمستهلكين وبعضهم البعض(١٤).

(٣) الخدمة المتوقعة:

ويقصد بها مستوى جودة الخدمة التي يتوقع المستهلك للخدمة احتمال حدوثها(١٥)(٤) مشتملات الخدمة.:

يُعرف Shostack هذه المشتملات بأنها "كل الملامح والمشتملات التي يتعامل معها المستهلك مع المنشأة بما في ذلك الأفراد والتسهيلات والعناصر المادية الملموسة خلال فترة الخدمة"(١٦).

(٥) المزيج التسويقي:

عرف كل من Me carthy and Perrauit عام ١٩٨٧م المزيج التسويقي بأنه "المتغيرات التي يمكن للمنظمة التحكم فيها وتنسيقها لإشباع السوق المستهدف(١٧). ويتضمن المزيج التسويقي أربعة عناصر هي: المنتج، السعر، المكان، الترويج. وقد تم توسيعها في الخدمات بإضافة عنصر خامس هو الأفراد، ثم أصبحت فيما بعد ستة

عناصر بإضافة العلاقات العامة واللباقة أو الدبلوماسية، ثم أصبحت أخيراً سبعة عناصر بإضافة التسهيلات المادية وإدارة العمليات للعناصر السابقة(١٨).

(٦) توقعات المستهلك.

حدّد Miller عام ١٩٧٧م وجود أربعة من التوقعات يتوقعها المستهلك للخدمة من منتجها هي: (١) التوقع المثالي، (٢) التوقع المتوقع، (٣) توقع الحدّ الأدنى من السماح، (٤) التوقيع غير المرغوب(١٩).

أما Day فقد أوضح فروقاً في التوقعات وفقاً لطبيعة السلعة أو الخدمة، إذ في نظره هناك توقعات عن التكاليف وعن الجهود المبذولة حتى الحصول على المنافع من الخدمة، وتوقعات عن المنافع الاجتماعية أو التكاليف(٢٠).

(٧) معايير جودة الخدمة.

أولى الدراسات في قياس جودة الخدمة تنسب إلى (Berryet al., 1985) ويستند فيها إلى تحديد التطابق والتوافق بين توقعات وإدراكات العملاء لمستوى أداء الخدمة المقدم بالفعل، وذلك باستخدام بعض المعايير لقياس مظاهر الجودة حددها في عشرة أبعاد أو مظاهر هي:-

١- الاستجابة:- وهي تعني رغبة العاملين واستعدادهم في تقديم الخدمة للعميل وإيصالها له على وجه السرعة.
٢- الفورية:- وهي تعني وصول الخدمة للعميل في المكان والوقت المناسب بسهولة ويسر دون تأخير أو طول انتظار.
٣- المصداقية أو الثقة:- وهي تعني نظرة العاملين للعميل بثقة وأمانة.
٤- الاعتمادية "الوثوق":- وهي تعني تقديم الخدمة بطريقة صحيحة ودقيقة للعميل يمكن الاعتماد عليها والوثوق بها.
٥- الأمانة:- وهي تعني تقديم الخدمة للعميل دون مخاطر أو مغامرة في ذلك.
٦- الاتصالات:- وهي تعني الدقة في وصف السلعة أو الخدمة للمستهلكين لها وبلغتهم المفهومة لهم.
٧- القدرة الذاتية:- وهي تعني امتلاك العاملين في المنشأة المقدمة للسلعة أو الخدمة للمهارات والمعلومات اللازمة عن العميل.
٨- المجاملة:- وهي تعني احترام مشاعر العميل والتعامل معه بصدق.
٩- فهم ومعرفة العميل:- وهي تعني بذل العاملين لكل طاقاتهم في سبيل راحة العميل وتلبية احتياجاته والاهتمام به شخصياً.
١٠- الملموسية:- وهي تعني الاهتمام بالجانب الملموس والمادي للخدمة المقدمة للعميل.

وفي دراسة لاحقة استطاع (Berryet al., 1988, 1994) دمج هذه المعايير السابقة في خمسة معايير فقط اقتصر فيها على المعايير المادية والملموسة في الخدمة، والتي تتمثل في :- (١) الاعتمادية، (٢) الأمان، (٣) الاستجابة، (٤) التعاطف، (٥) الضمان أو التوكيد(٢١).

وهذه المعايير في نظر أكثر الباحثين معايير عامة يعتمد عليها العميل ويسترشد بها في قياس جودة الخدمة المقدمة له بغض النظر عن نوعيتها، وهذا ما يعُرف بمقياس الفجوة أو مقياس Servqual، والذي يرى فيه أن جودة الخدمة ما هي إلا فجوة أو فرق بين ما يتوقعه ويدركه المستهلك للخدمة المقدمة(٢٢) وفي دراسة أخرى عام ٢٠٠١م قدم فيها Michael K. Brady and Joseph Cronin نموذجاً آخر لقياس الجودة هو النموذج التدريجي، حيث أوضحا أن هناك ثلاثة أبعاد أساسية لقياس جودة الخدمة هي:-

(١) جودة التفاعل:- ويقصد بها التفاعلات التي تتم بين مقدم الخدمة والمستهلك لها، وذلك باعتبار أن المقدم للخدمة يعّد عنصراً في متناول الخدمة.

(٢) جودة بيئة الخدمة:- حيث تلعب هذه البيئة دوراً ملموساً على إدراكات المستهلكين، وهذه البيئة تتأثر بمجموعة من العوامل يمكن حصرها في ثلاثة هي:-

(أ) الجو المحيط:- والذي يتضمن الحرارة، البرودة، الرائحة الطيبة للمكان.

(ب) تصميم محطة الخدمة:- ويقصد به التصميم كالتأثيث، الديكور، المنظر الجمالي، الحس الجمالي، ونحو ذلك.

(ج) العوامل الاجتماعية والتي تتضمن سلوكيات وأعداد ونوعيات مقدمي الخدمات.

(٣) جودة النواتج:- ويشار لهذا البعد بالجودة الفنية والذي يقاس بما يلي:-

(أ) أوقات الانتظار.

(ب) العناصر المادية الملموسة.

(ج) التكافؤ:- بمعنى اعتقاد المستهلك بأن مخرجات الخدمة جيدة أو رديئة بغض النظر عن تقييمه للعناصر الأخرى.

وبعد تحديد العناصر الثلاثة السابقة هناك ثلاثة أبعاد فرعية أخرى يسأل المستهلكون عنها لتشكل في النهاية تسعة أبعاد فرعية للجودة وهذا ما يوضحه الشكل التالي:-

شكل رقم (١)

النموذج التدريجي "الهرمي" لقياس الجودة

وهكذا يتضح لنا من دراسة رضا العميل وجودة الخدمة في الفكر التسويقي أن هناك ترابطاً قوياً بين هذين العاملين، فكلما اتسمت السلعة أو الخدمة (ومن ضمنها الخدمات المقدمة للحاج من قبل مؤسسات الـداخل) الـتي تقدمها المنشأة للعميل بالجودة وكان الأداء الفعلي لها متفوقاً على المعايير أو المقاييس التي يتوقعها العميل عـن هـذه السلعة (السعر، الوفرة، المعلومات الوافية، الجودة ..... الخ) كلما أدى ذلك إلى شعور العميل بالرضا عن تلك المنشأة التي تقدم السلعة أو الخدمة والعكس صحيح.

(٨) خصائص الخدمات وانعكاساتها على تقييم الجودة.

رغم الدراسات الكثيرة لقياس جودة الخدمات إلا أن عملية التقييم تعتريها صعوبات جمه لما تتميز به هذه الخدمات من خصائص يمكن ذكرها على النحو التالي:-[٢٤]

(١) عدم الملموسية:-

وهذا يعني أن الخدمات ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن تذوقه أو رؤيته أو لمسه قبل شرائه، مما يُصَعّب مـن دور المنشأة المقدمة للخدمة في كيفية إدراك العميل للخدمة وتقييمه لجودتها.

(٢) التلازم:-

أي عدم إمكانية الفصل بين الإنتاج والاستهلاك، وعليه لا يمكن تجاهل دور المستهلك في جودة أداء الخدمة. فمثلاً وصف المستهلك لخدمة الطبيب لأعراضه المرضية يُعَدُ سبباً في جودة خدمته.

(٣) عدم التجانس:-

بمعنى عدم وجود نمط معين للمخرجات في كل الأحوال، وإنما كل وحدة من الخدمات قد تقدم بـصورة أجود أو أسوأ من سابقتها.

(٤) الثنائية وتقلبات الطلب:-

وهذا يعني أن الخدمات تتمتع بثنائية عالية وتقلبات مختلفة من وقت لآخر بل ومن ساعة لأخرى.

الهوامش

(١) الفيروز آبادي "مجد الدين". القاموس المحيط الطبعة (بدون)، دار المعرفة، بيروت، لبنان، التاريخ (بدون)، جـ٤، ص ٣٣٥ فصل الراء باب الياء.

(٢) د. مبروك الهواري. رضا العميل محدداته وأهميته والممارسات اللازمة لتحقيقه بالتطبيق على الخدمات المصرفية بمدينة الإحساء بالمملكة العربية السعودية. مجلة الدراسات المالية والتجارية. كلية تجارة بني سويف، القاهرة، العدد الأول مارس ٢٠٠١م، ص ٣٤٤ – ٣٤٦.

(٣) المصدر نفسه، ص ٣٤٦.

(٤) المصدر نفسه في نفس الصفحة.

(٥) المصدر نفسه، ص ٣٤٧ – ٣٥٠.

(٦) المصدر نفسه، ص٣٥٢.

(٧) المصدر نفسه، ص ٣٤٤، ٣٤٥.

(٨) المصدر نفسه، ص ٣٤٨.

(٩) المصدر نفسه، ص ٣٤٧.

(١٠) المصدر نفسه، ص ٣٤٧، ٣٤٨.

(١١) المصدر نفسه، ص ٣٤٧، ٣٤٨.

(١٢) الفيروز آباري. القاموس المحيط. مرجع سابق، جـ١، ص٢٨٥ فصل الجيم باب الدال.

(١٣) د. سيد شعبان حامد. أثر التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية على مستوى جودة الخدمات الصحية بالمستشفيات التابعة للهيئة العامة للتأمين الصحي بالقاهرة. مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد ٦٠ السنة ٢٠٠٣م، ص ١٠٦.

(١٤) د. فوزي شعبان مدكور. قياس جودة خدمات التنقل المدركة من وجهة نظر المستخدمين تطبيقاً على مشروع مترو الأنفاق بالقاهرة الكبرى. مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين العدد ٦٠ سنة ٢٠٠٣م، ص ١٥٨.

(١٥) المصدر نفسه، ص١٥٨.

(١٦) المصدر نفسه، ص ١٥٩.

(١٧) المصدر نفسه، ص ١٥٨، ١٥٩.

(١٨) المصدر نفسه، ص ١٥٨، ١٥٩.

(١٩) المصدر نفسه، ص ١٦٢.

(٢٠) المصدر نفسه، ص ص ١٥٩، ١٦٢.

(٢١) د. سعيد شعبان حامد. أثر التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية. مصدر سابق ص ١٥٨، ١٥٩.

(٢٢) المصادر السابقة نفسها في نفس الموضع.

(٢٣) د. فوزي شعبان مدكور. قياس جودة خدمات التنقل المدركة من وجهة نظر المستخدمين، مصدر سابق، ص ١٧٧-١٧٩.

(٢٤) د. عطية عبد الحي مرعي، المتغيرات المالية وغير المالية لأبعاد الجودة في الشركات الصناعية، دراسة تحليلية وميدانية. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، مارس، ١٩٩٩م، ج٢، ص ٨٤٥-٨٥٠.

- المرجع السابق نفسه.

المبحث الثاني
مفهوم التكاليف والعوامل المحدد له بالنسبة للحاج

وفي هذا المبحث نتناول تعريف التكلفة وأهميتها والعوامل المحددة لتكلفة الحاج والعوامل المؤدية الى ارتفاع هذه التكلفة وهذا مايتضح من العرض التالي:

(١) تعرف التكلفة بأنها "تضحية اختيارية بأشياء أو ممتلكات أو حقوق مادية أو معنوية يتحتم أن تكون ذات قيمة اقتصادية في سبيل الحصول على منفعة حاضرة أو مستقبلية يحتم ألا تقل في قيمتها وقت إتمام التضحية في سبيلها عن قيمة التضحية"[١] فإذا لم تحقق التكلفة الهدف منها فإنها تكون ضياعاً سواءً كان عادياً أو غير عادي، والتكلفة والضياع وجدا اهتماماً ملحوظاً في المنهج الإسلامي ذلك أن من أهم أهداف المحاسبة في المنهج الإسلامي بصفة عامة: تحديد الحقوق والالتزامات بالعدل والإنصاف.

ومحاسبة التكاليف في الفكر الإسلامي أولت مسألة التكلفة والإسراف والضياع اهتماماً مناسباً لتحقيق العدل والإنصاف في تحديد التكلفة والنسبة العادية من العادم.

(٢) هناك بعض الدلائل التي توضح أهمية المحاسبة عن التكاليف من وجهة النظر الإسلامية، منها[٢]:

- مما لا شك فيه أن لا تجارة دون منفعة، فالتاجر لابد أن يربح حتى يتمكن من الاستمرار، فالتجارة مرتبطة بالربح، قال تعالى: (أولئك الذين اشتروا الضلالة بالهدى فما ربحت تجارتهم وما كانوا مهتدين)[٣]، وللتأكد من سلامة رأس المال يعتبر تحقيق الربح أمراً مهماً من وجهة النظر الإسلامية، إلا أنها ركزت على تحقيق ربح معقول يراعي فيه مصلحة المسلمين وأوليات احتياجاتهم، وذلك مما للربح من وظائف اقتصادية هامة، ومن ذلك تحقيق الكفاءة الاقتصادية وبالتالي إقرار مبدأ الاستمرار في المنشأة من عدمه، ومقابلة المخاطر المستقبلية والتوسع في الاستثمارات، من خلال المبدأ المقرر في الشريعة الإسلامية وهو: "لا ربح إلا بعد سلامة رأس المال"، ولما كان الربح لا يحسب إلا بعد خصم التكاليف فإن هذا يؤكد دور التكلفة في تحديد الربح المحقق، وبالتالي الربح الموزع، فإذا ما وزع مال على أساس أنه ربح دون استرداد التكاليف فمعناه توزيع لجزء من رأس المال وهو ما يتعارض مع مبدأ سلامة رأس المال (تحقيق ربح) المقرر في الشريعة الإسلامية، فكلمة ربح لا يمكن إطلاقها إلا على الجزء الموجب الفاضل بعد طرح إجمالي التكاليف من إجمالي الإيراد المتحقق من بيع عروض التجارة من سلع وخدمات.

- تنبع أهمية بيانات التكاليف و دورها في التسعير، من قول ابن قدامه[٤]:

"إن الربح هو الفاضل على رأس المال، وما لم يفضله فليس بربح"، أي أنه لا يحسب ربح إلا بعد استرداد تكاليفه، وهو مبدأ يترتب عليه ضرورة خصم التكاليف من الإيراد ليمثل الصافي المتبقي نماء المال ربحاً كان أو غلة أو فائدة، والتكاليف هي مجموع النفقات الممثلة للخدمات المستنفذة وأعباء الانتفاع بعروض القنية، فضلاً عن الخسائر التحميلية التي وقعت أثناء مزاولة النشاط الاقتصادي، والذي يحسب من هذه التكاليف هو ما وقع بالفعل في خلال الحول، وفق قاعدة الاستحقاق إذا تعلق الأمر بتجارة، وأما ما حسب بالتقدير فيكون وفق القيمة الجارية في نهاية الحول، حتى يسلم رأس المال وتتم المحافظة عليه[٥].

- تتضح أهمية بيانات التكاليف في تحديد وعاء الزكاة، فقياس التكاليف بشكل دقيق يتحقق فيه الإنصاف وهو أمر مطلوب وضروري في قياس وعاء الزكاة قياسا صحيحا فمثلا وعاء زكاة عروض التجارة ووعاء زكاة المستغلات فزكاة المستغلات – قياس على زكاة الزروع والثمار – تجب على الإيراد الصافي أي بعد استبعاد التكاليف التي تحملت في سبيل تحقيق إجمالي الإيراد وذلك حفاظاً على القيمة الحقيقية لرأس المال من حيث قوته الاستبدالية ومقدرته الربحية في المستقبل، أما وعاء زكاة عروض التجارة فيتمثل في صافي رأس المال العامل في نهاية الحول مضافاً إليه الربح الناتج من النشاط الذي تم خلال الحول، بالإضافة إلى المال المستفاد من أنشطة مستقلة عن النشاط الرئيسي، وهذا ما اتفق عليه جمهور الفقهاء[٦]. وبذلك فإن القياس الدقيق للتكاليف – في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية – يعد أمراً هاماً لتحقيق الإنصاف في تحديد وعاء الزكاة بما لا يدع مجالاً لدافع الزكاة أن يقلل من وعائها – معتمداً أو جاهلاً – مما يوقعه في المحظور.

-كما تتضح أهمية التكاليف في منع الغرر في كثير من عقود المعاملات الشرعية، ومنها عقد الاستصناع التي أجازها الفقهاء والتي عرفها كثيراً من الفقهاء بأنه: "أن يطلب من الصانع أن يصنع شيئاً معلوماً بثمن معلوم[٧]" أو: "هو طلب العمل في شيء خاص على وجه مخصوص"[٨]. ومن التعريفين السابقين يتضح لنا أن عقد الاستصناع يقوم على مستصنع وصانع ومال مصنوع وثمن[٩].

ومن شروط صحة هذا العقد أن يخلو من الجهالة الفاحشة المؤدية للتراع، ومنها جهالة الثمن، حيث لا يصح بيع الشيء بمثله أو بما تستقر عليه الأسعار مثلاً[١٠].

ومن ثم فلابد أن يكون الثمن معلوماً عند التعاقد، وحتى لا يكون في هذا الثمن ظلم لأي طرف من طرفي التعاقد، فإنه لابد من وجود معايير تكاليف واقعية يمكن استخدمها كأساس لوضع تقديرات منصفة وعادلة للتكاليف يمكن الاسترشاد بها في تحديد سعر الشيء المراد استصناعه[١١].

ومن خلال هذا يتضح لنا دور بيانات التكاليف المعيارية في نفي الضرر والجهالة لمثل هذه العقود.

(٣) مفهوم التكلفة في ضوء الشريعة الإسلامية:

يطلق رجال الفقه الإسلامي والمفكرون المسلمون الثمن الأول على ما يعرف الآن في المحاسبة بالتكلفة التاريخية كما يطلقون الكلف والمؤن على بنود التكلفة وعناصرها، ويعرف ابن عابدين[١٢] "الثمن" فيقول: "هو المبلغ المدفوع في نظير السلعة سواء زاد عن القيمة أو نقص، بينما القيمة هي ما قوم به الشيء من غير زيادة ولا نقصان"، كما يقول: "الثمن هو ما تراضى عليه المتعاقدان سواء زاد أو نقص عن القيمة، وهو العرض، وكل ما يزيد في المبيع أو في قيمته يضم – أي إلى الثمن – طبقاً للعرف التجاري.

كما يذكر البعض الآخر[١٣] أن الثمن قد يكون مساوياً للقيمة، وقد يكون زائداً أو ناقصاً عنها، ويقدره العاقدان بكونه عوضاً للمبيع في عقد البيع ويسمى ثمناً، والقيمة هي ما قدره أهل السوق وقرروه فيما بينهم وروجوه في معاملاتهم، أي بعبارة أخرى تحديد القيمة بواسطة العرض والطلب، أما الثمن بالنسبة للمشتري فيتمثل في تكلفة الحصول على السلعة أو الخدمة، أما بالنسبة للبائع فالثمن يتضمن هامش الربح المرجو أو المنفعة من التجارة بالإضافة إلى تكلفة الحصول على السلعة أو الخدمة المباعة.

وعلى هذا فقد تكون التكلفة معبرة أو غير معبرة عن القيمة في تاريخ الحصول على السلعة أو الخدمة،

وبالتالي في أي تواريخ لاحقة.

ويقول البعض[١٤] في هذا: "يحسب في الثمن ما له عين قائمة كالصبغ والكمد والفتل وما أشبه ذلك فإنه بمنزلة الثمن".

ونستخلص مما سبق أن الثمن الأول للسلعة وما يجعل (أي ما يضاف) على السلعة أو الخدمة بنصيبها من الكلف أو المؤن أو لجزء منها مرادف في الفكر الإسلامي لمفهوم التكلفة التاريخية[١٥].

وقد أشار الدكتور بلبع[١٦] أن نظرية الحاجة تضع التكاليف بين أمرين هما:

أولاً: حدوث الحاجة شرط مسبب للتكلفة.

ثانياً: إشباع الحاجة شرط مستهدف للتكلفة.

أي أن التكلفة تمثل قيمة التضحيات من أجل إشباع حاجة معينة ومن ثم فكل تضحية بلا حاجة لا تعتبر تكلفة، كما أن كل تضحية تزيد عن القدر اللازم لإشباع الحاجة لا تعتبر تكلفة.

وبناء على ذلك فالتكلفة هي تضحية من أجل الحصول على منفعة وبالقدر اللازم للحصول على تلك المنفعة فقط.

يقول الحق تبارك وتعالى: (والذين إذا أنفقوا لم يسرفوا و لم يقتروا وكان بين ذلك قواماً)[١٧].

والإسراف هو التبذير كما ذكر في قوله تعالى: (وآت ذا القربى حقه والمسكين وابن السبيل ولا تبذر تبذيراً)[١٨]، وهو الإنفاق في غير طاعة – أو في غير حق، أو كما قال قتادة: التبذير هو "الإنفاق في معصية الله تعالى أو في غير الحق والفساد، وهو كذلك الإنفاق فوق الحد المعقول، أما التقتير فهو التضييق والقوام هو الوسط العدل"[١٩].

وقال تعالى: (ولا تجعل يدك مغلولة إلى عنقك ولا تبسطها كل البسط فتقعد ملوماً محسوراً)[٢٠]، والإسراف والتبذير محاذير للإنفاق، والإنفاق بمعنى التكلفة.

ويتضح من هذه الآية أن الإنفاق يكون بالعدل بدون إفراط أو تفريط.

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم لجابر وهو يتوضأ ما هذا السرف؟ فقال: أو في الوضوء سرف يا رسول الله. فقال الرسول صلى الله عليه وسلم: نعم، لا تسرف في الماء ولو كنت على نهر جار"[٢١].

وقد أشار البعض[٢٢] إلى تعريف التكلفة في الفكر الإسلامي بأنها النفقة التي يضحي بها الإنسان لأجل الحصول على عرض أو منفعة لغرض تأمين الحاجات المشروعة اللازمة لحياته.

ويعرف آخرون [٢٣]التكلفة من وجهة النظر الإسلامية بأنها " قيمة التضحيات الحلال في سبيل تحقيق منفعة مباحة معلومة، وفي الحدود المطلوبة لتحقيق هذه المنفعة دون إسراف أو تقتير".

وهناك بعض الخصائص التي يتميز بها مفهوم التكلفة في الفكر الإسلامي[٢٤]:

١- أن تكون تضحية بموارد مكتسبة من حلال أي مصدرها حلال حين تم اكتسابها.

٢- أن تكون التضحية بهذه الموارد في سبيل منفعة مباحة.

٣- أن تكون المنفعة الناتجة عن هذه التضحية معلومة علماً يمنع المنازعة والغرر، وذلك تطبيقاً لقوله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراضٍ منكم ... الآية)[٢٥]. ويؤكد هذا ما ذهب إليه الفقهاء وذلك من قولهم: "العلم بالمنفعة يكون ببيان:

أ- محلها كاستئجار نجار لعمل أبواب معينة.

ب- بيان مدتها "فالمنفعة إما أن تكون بمدة أو تقدر بمحلها إذا كانت عملاً فيكون هو الضابط لها حتى لا يكون هناك مجال لجهالتها"[٢٦].

٤- أن تكون التضحية في حدود ما يلزم لتحقيق المنفعة، وبالتالي ما تجاوز الحد اللازم لتحقيق المنفعة يعد في حكم الإسراف أو قد يصل إلى حد التبذير المنهي عنه، لقوله تعالى: (يا بني آدم خذوا زينتكم عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا)[٢٧]. وقوله تعالى في وصف عباده المؤمنين : (والذين إذا أنفقوا لم يسرفوا ولم يقتروا وكان بين ذلك قواماً)[٢٨].

(٤)- العوامل المحددة لتكلفة أداء فريضة الحج :

تبين من خلال الدراسة الميدانية أن العوامل المحددة لتكلفة أداء فريضة الحج بالنسبة لحجاج الداخل تتمثل بشكل عام في خمسة محاور رئيسية هي على النحو التالي: [٢٩].

المحور الأول السكن :

يشمل هذا المحور بشكل عام فيما توفره مؤسسات حجاج الداخل من سكن للحاج في كل من منى وعرفه، أما السكن في مزدلفة فإن معظم تلك المؤسسات لا تقوم بتوفيره حيث تقتصر خدمات المبيت في مزدلفة في الغالب على وضع بعض البسط والفرش في المكان الذي تتوقف فيه الحافلة في مزدلفة مع توفير بعض الحمامات المتنقلة. كما لا يشمل هذا المحور أيضاً سكن الحجاج في مكة المكرمة أو المدينة المنورة، حيث يقتصر العقد في معظم مؤسسات الداخل على توفير السكن في منى وعرفة.

أما بالنسبة للسكن في منى وعرفة فهو على النحو التالي:

أ – السكن في منى :

يتمثل السكن في مشعر منى في الخيام المطورة المكونة من مادة الفايبر جلاس المرنة (الألياف الزجاجية) وتختلف مساحتها حسب استخداماتها. وتشمل هذه الخيام المرافق المتصلة بها من دورات المياه وأماكن الوضوء والمطابخ وتمديدات المياه والكهرباء والتكييف والمخارج الرئيسية ومخرج الطوارئ.

وتقوم وزارة الحج بتوفير هذه الخيام وتأجيرها على مؤسسات الطوافة، وقد تم تصنيف الرسوم التي تتقاضاها وزارة الحج على الخيمة الواحدة، إلى عدة فئات تختلف حسب قرب أو بعد المخيم عن الجمرات.

وتقوم مؤسسة حجاج الداخل بالتعاقد مع الوزارة لاستئجار الخيام حسب نسبة عدد الحجاج لدى المؤسسة وفئة الخيام التي تم الاتفاق عليها مع الحجاج. كما تقوم المؤسسة بفرش وتأثيث تلك الخيام وتوفير البرادات فيها.

ب - السكن في عرفة :

يشمل السكن في مشعر عرفات التجهيزات التي توفرها مؤسسة حجاج الداخل في الأرض الممنوحة للمؤسسة مجاناً لفترة الحج من قبل وزارة الحج، حيث أن الوزارة لم توفر بعد الخيام المطورة في مشعر عرفات. وتشمل تلك التجهيزات (على سبيل المثال: تأمين الخيام ونصبها ، تسوير المخيم بالزنك، تأمين وتركيب دورات المياه، تأسيس عدادات الكهرباء والتمديدات الكهربائية، توفير المكيفات في المخيم.

المحور الثاني النقل :

يشمل هذا المحور توفير الحافلات والمركبات الصغيرة والمتوسطة لنقل الحجاج وتحركاتهم .

وتشمل حركة النقل لحجاج الداخل التحركات التالية حسب الاتفاق مع المؤسسة على(رحلة الحاج من المدينة التي يسكن فيها إلى جدة،رحلة الحاج من جدة إلى السكن في مكة المكرمة، تحركات الحاج داخل المشاعر المقدسة (السكن في مكة – منى – عرفات – مزدلفة – منى – الحرم) ، رحلة العودة إلى المدينة التي يسكن فيها الحاج).

وقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن متوسط ما تتكلفه مؤسسة حجاج الداخل من مصروفات لتوفير كافة خدمات النقل للحاج الواحد هو مبلغ (٤٠٠) ريال تقريباً(لايشمل تذاكر الطيران) .

المحور الثالث التغذية :

ويشمل هذا المحور توفير وجبات الإعاشة ونقلها وتوزيعها خلال فترة الحج، ويتم تقدير هذه المصروفات حسب قائمة الطعام المتفق عليها مع الحجاج وأيضاً مقدار ما تدفعه المؤسسة لشركة التغذية. وتشمل الوجبات التي تقدمها مؤسسات حجاج الداخل بصفة عامة ما يلي(تقديم وجبات إفطار وغداء وعشاء متنوعة في منى ، وذلك حسب قائمة الطعام المتفق عليها مع الحجاج، تقديم وجبات إفطار مغلفة، وبوفيه مفتوح لوجبة الغذاء في عرفة، تقديم وجبة عشاء مغلفة في مزدلفة ،كما يتم تقديم جميع المشروبات بين الوجبات.

المحور الرابع أجور الموظفين والعمال :

ويشمل هذا المحور أجور كافة الموظفين والعمال الذين تستعين بهم المؤسسة للقيام بكافة الأعباء والمسؤوليات الملقاة على عاتقها، وتوفير كافة الخدمات التي يحتاج إليها حجاج الداخل، وقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن هذه الوظائف تشمل ما يلي:

١ - الوظائف القيادية، وهي تشمل وظيفة المدير العام ونائبه.

٢ - الوظائف الإشرافية والتنفيذية، وتشمل وظيفة مسئول النقل والحركة والتسويق ومندوب المبيعات والمرشدين ومسئول مخيمات منى وعرفة ومسئول التغذية ورئيس العمل.

٣ - الوظائف الإدارية ، وتشمل وظيفة سكرتير المدير العام وموظفي الحاسب الآلي والمحاسب المالي وموظفي المستودع، وهي وظائف موسمية عادة.

٤ - الوظائف المساندة، وهي وظائف موسمية تشمل طبيب وطبيبة الحملة والمشرف على المحاضرات البدنية والبرامج الثقافية.

٥ - الوظائف الخدمية ، وهي وظائف موسمية وتشمل عمال وعاملات النظافة وعمال التغذية وحراس الأمن وعمال المستودع.

المحور الخامس رسوم ومصروفات أخرى :

ويشمل هذا المحور الرسوم الأخرى التي تفرضها وزارة الحج على مؤسسات حجاج الداخل وبالإضافة إلى المصروفات والنثريات الأخرى التي تتحملها تلك المؤسسات للتمكن من مزاولة عملها وتأدية الخدمات المطلوبة منها، وتشمل هذه الرسوم والمصروفات بشكل عام ما يلي:

١ - رسوم ضمان الخدمة وهو مبلغ (٣٠٠) ريال على الحاج الواحد وتفرضه الوزارة على المؤسسة لضمان تأدية الخدمات المطلوبة منها على الوجه المطلوب.

٢ - رسوم الضمان الابتدائي وهو مبلغ (٢٠) ريال على الحاج، وتحصل عليه الوزارة من المؤسسة عند منحها تصريح العمل.

٣ - الغرامات التي تفرضها وزارة الحج عند حدوث أي تلفيات في الخيام وذلك عند تسلم الموقع من المؤسسة بعد انتهاء فترة الحج.

٤ - الرسوم التي تدفعها المؤسسة لمصلحة الزكاة والدخل.

٥ - إيجار المكتب الرئيسي والمكاتب الفرعية للمؤسسة وإيجار المستودع.

٦ - مصروفات الماء والكهرباء والهاتف بالمخيم.

٧ - مصروفات الدعاية والإعلان وكافة عمليات التسويق والتعريف بالمؤسسة.

٨ - مصروفات المطبوعات والكتيبات الدينية والتعريفية والترويجية التي يتوزع على الحجاج.

٩ - مصروفات الهدايا التي توزعها المؤسسة على عملائها من الحجاج.

١٠ - مصروفات المكافآت والحوافز وعمولات المتعاونين مع المؤسسة لجذب العملاء.

جدول التكاليف التي تتحملها مؤسسة حجاج الداخل

مسلسل	التكاليف
١	رسوم الضمان الابتدائي وضمان الخدمة
٢	رسوم مخيم منى
٣	مصروفات تجهيز مخيم عرفة
٤	مصروفات النقل والوقود
٥	مصروفات التغذية.
٦	مصروفات الرواتب والأجور والمكافآت .
٧	مصروفات إيجار المكتب والمستودعات
٨	مصروفات الماء والكهرباء والهاتف.
٩	مصروفات التسويق والدعاية والإعلان
١٠	مصروفات الهدايا والكتيبات
١١	رسوم مصلحة الزكاة والدخل.

(٤) العوامل المؤدية إلى ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل

تبين من خلال الدراسة الميدانية لهذا البحث أن ارتفاع سعر هذه الخدمة يعود إلى العديد من العوامل من أهمها ما يلي :

أ – ارتفاع أسعار الخيام في منى:

لقد أشار العديد من أصحاب مؤسسات حجاج الداخل إلى أن السبب الرئيسي وراء ارتفاع أسعار مؤسساتهم هو ارتفاع الأسعار التي تفرضها وزارة الحج لتأجير الخيام في منى على المؤسسات. فبعد أن كانت الوزارة تقوم بتوزيع الأراضي في منى على مؤسسات الطوافة مجاناً، أصبحت بعد قيامها بمشروع الخيام المطورة تؤجر تلك الخيام لمؤسسات الطوافة (كما تبين في السابق)، وبأسعار تزداد باقتراب موقع الخيام من الجمرات، هذا بالإضافة إلى محدودة الخيمة، حيث تبلغ مساحتها (١٦م٢) وتتسع لعشرة حجاج فقط. وتلزم الوزارة صاحب المؤسسة بعدم زيادة عدد الحجاج في الخيمة الواحدة عن ذلك العدد.

كما أشار بعض أصحاب مؤسسات حجاج الداخل إلى أن ارتفاع أسعار الخيام في منى قد أدى إلى انخفاض الطلب على خدمات مؤسساتهم وهذا مما يهدد مستقبل بعض تلك المؤسسات بالخروج من سوق العمل.

ب – كثرة الرسوم المفروضة على المؤسسة:

تبين فيما سبق أن وزارة الحج تطالب مؤسسات حجاج الداخل بالعديد من الرسوم لتمكين صاحب المؤسسة من مزاولة العمل، ومع كثرة الرسوم والالتزامات المطلوبة صرح بعض أصحاب مؤسسات حجاج الداخل إلى اضطرارهم لإدخال شركاء معهم للتمكن من تحمل أعباء تلك الرسوم، أو اللجوء للاقراض من المصارف الربوية لتسديد تلك الرسوم التي تحصل عليها الوزارة مسبقاً قبل فترة الحج، وفي كلا الحالتين سيضطر صاحب المؤسسة إلى رفع سعر خدمة أداء فريضة الحج لتحقيق هامش ربح أكبر يتمكن من خلاله دفع حصص الشركاء أو دفع قيمة الفوائد الربوية على المبلغ المقترض من المصرف.

ج – ارتفاع الأجور والرواتب:

تبين فيما سبق أن مؤسسات حجاج الداخل تقوم بتوظيف العديد من الإداريين والعمال لكي تستطيع القيام بكافة مسئولياتها وتوفير كافة الخدمات المطلوبة منها، مما يؤدي الى زيادة الطلب على الأيدي العاملة خلال موسم الحج وبالتالي ارتفاع أجور الموظفين والعمال تزيد أيضاً خلال تلك الفترة بشكل ملحوظ ، وهذا سيترتب عليه زيادة الأعباء المالية التي تتحملها المؤسسة وبالتالي ستعمل على رفع السعر الذي تطالب به عملاءها لتقديم خدمة أداء فريضة الحج.

د – كثرة الطلب وقلة العرض:

من ضمن العوامل الرئيسية لارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل اختلال التوازن بين الطلب والعرض، حيث أن عدد الراغبين في أداء فريضة الحج من داخل المملكة في تزايد مستمر نظراً لتوفر وسائل النقل السريعة والمريحة، في حين أن المعروض من المؤسسات العاملة في هذا المجال عدد محدود لا يتناسب مع حجم الطلب المتزايد.

اضافة الى خروج بعض المؤسسات من سوق العمل بسبب زيادة الأعباء وكثرة الرسوم والتكاليف كما تبين في السابق.

ومن ناحية أخرى فقد أشار بعض أصحاب المؤسسات إلى أن وزارة الحج تطالب تلك المؤسسات بانضمام العديد منها (وخاصة الصغيرة منها) لتكوين شركة واحدة وبالتالي يسهل على الوزارة مهمة الإشراف والرقابة عليها، مما يؤدي إلى تناقص عدد مؤسسات حجاج الداخل وإلى وجود تكتلات احتكارية فيما بينها، وبالتالي يزداد الخلل بين الطلب والعرض وهذا بدوره سيؤدي إلى ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل .

هـ – زيادة درجة المخاطرة :

من المقرر عند الفقهاء أن التاجر يستحق الربح إما بعمله أو بماله أو بالمخاطرة، فأما استحقاقه الربح بالعمل أو المال فظاهر، وأما استحقاقه أرباح التجارة بالمخاطرة فلأنه يتحمل خسارتها ومن ذلك قوله صلى الله عليه وسلم " الخراج بالضمان" (٣٠) وقول الفقهاء " الغنم بالغرم" وإذا كان الربح يحل بالمخاطرة، فإن الخطر كلما عظم وازداد كلما أزداد معه هامش الربح. (٣١)وقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن وزارة الحج تطلب من صاحب مؤسسة حجاج الداخل دفع رسوم أجرة الخيام وضمان الخدمة والضمان الابتدائي مسبقاً قبل بداية موسم الحج وقبل أن يعرف العدد الحقيقي للحجاج الذين سيتعاقدون مع المؤسسة، هذا بالإضافة إلى كثرة الأعباء والمسؤوليات وما يواجه المؤسسة من طوارئ ومخاطر (كالأمطار الغزيرة التي هطلت في موسم حج هذا العام ١٤٢٥هـ وما ترتب عليها من خسائر) فكل ذلك يدفع صاحب المؤسسة لزيادة هامش الربح حتى يغامر من أجله.

و – زيادة عدد الوسطاء والسماسرة:

من ضمن العوامل المؤدية إلى ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل وجود وسطاء وسماسرة بين صاحب المؤسسة والحجاج مما يؤدي إلى زيادة التكلفة، فمن المعلوم أن تعدد الوسطاء والسماسرة بين البائع (صاحب المؤسسة) والمستهلك (الحاج) يعمل على ارتفاع تكاليف تسويق السلعة أو الخدمة، وقد أثبتت الدراسات الحديثة أن الوسطاء والسماسرة من أهم أسباب ارتفاع التكاليف التسويقية لمحاولة كل منهم الحصول على أقصى ربح ممكن، خاصة عند كثرة عددهم وقلة الخدمات التي يقدمونها للمستهلك، وكثيراً ما يلاحظ تعدد الوسطاء أو السماسرة الذين يقومون باستئجار الخيام من مؤسسات حجاج الداخل (وخاصة عند عدم تمكن المؤسسة من التعاقد مع عدد كاف من الحجاج)، وتأجيرها على الآخرين.

ومن ناحية أخرى فإن وزارة الحج قد تساعد بشكل غير مباشر في زيادة عدد الوسطاء عن طريق طلبها ضم أكثر من مؤسسة لتكوين شركة واحدة العامل الحقيقي فيها مؤسسة أو اثنان والباقي ليس لهم وجود فعلي في الساحة، وبالتالي يزداد هامش الربح لزيادة الشركاء.

ز – التوسع في مجال الدعاية والإعلان وتوزيع الهدايا:

تسعى مؤسسة حجاج الداخل كغيرها من المؤسسات للتعريف بخدماتها ونشاطاتها في مجال الحج والعمرة والسياحة الدينية وإظهار إمكانيات وحجم المؤسسة لاستقطاب أكبر شريحة ممكنة من المواطنين والمقيمين للتعامل مع المؤسسة.

ولكي تتمكن المؤسسة من زيادة معدل الطلب على خدماتها فإنها تستخدم في سبيل ذلك مختلف وسائل الدعاية والإعلان، كالدعاية في الصحف المحلية والمجلات المتخصصة والآلة الإعلامية المتعلقة بالحج والعمرة والدعاية على الطرق السريعة بين المدن والدعاية في التلفزيون والقنوات الفضائية والمشاركة في المعارض والندوات المتخصصة في مجال الحج والعمرة وغير ذلك.

لذا فان غزو السوق بتلك الوسائل والتوسع فيها يزيد من التكاليف التي تتحملها المؤسسة، وبالتالي يؤدي إلى زيادة سعر الخدمة التي تقدمها. كما أن ارتفاع قيم الهدايا التي توزعها المؤسسة على عملائها من الحجاج لتشجيعهم على الاستمرار في التعامل معها سيؤدي إلى زيادة التكاليف، وبالتالي ستضيفها المؤسسة إلى سعر الخدمة التي تقدمها.

(٥) - الإجراءات التي تحد من ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل:

تختص الدراسة في هذه الفقرة بمحاولة تقديم بعض الإجراءات التي يمكن اتخاذها كعلاج للحد من ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل إزاء الخدمة التي تقدمها ومحاولة تخفيض تلك الأسعار قدر الإمكان، ومن تلك الإجراءات ما يلي:

١ – إعادة النظر في أسعار الخيام في منى :

تبين فيما سبق أن ارتفاع أسعار الخيام في منى يجبر العديد من مؤسسات حجاج الداخل على رفع سعر الخدمة التي يقدمونها لتحقيق هامش ربح معقول يمكنهم من الاستمرار في سوق العمل. ونظراً لطلب عدد كبير من الحجاج بتدخل الجهات المعنية لخفض أسعار مؤسسات حجاج الداخل فإن هذا الأمر يستدعى من وزارة الحج أو الجهات المختصة إعادة النظر في أسعار الخيام في منى والعمل قدر الإمكان على تخفيضها خاصة وأن حكومة خادم الحرمين الشريفين تبذل دائماً الغالي والنفيس من أجل راحة الحجاج وتيسير أمورهم.

٢ – خفض التكاليف:

ترتبط فريضة الحج كما هو معلوم بالاستطاعة، وهذا يستدعى أن تقدم خدمة هذه الفريضة بأرخص الأسعار حتى يتمكن الجميع من أدائها. ولا يمكن ذلك إلا بتخفيض تكاليف هذه الخدمة، فهذا عمر بن الخطاب رضي الله عنه رأى قلة الحنطة والزيت في أسواق المدينة المنورة مع حاجة الناس إليها فخفض ضريبة العشر عليها إلى النصف، ليكثر استيرادها إلى المدينة فلا يغلو السعر على المستهلكين لها. وبذلك يكون قد خفض تكاليف إنتاجها من جهة، وزاد عرضها في السوق من جهة ثانية، وهذا يؤدي إلى رخص أسعارها [٣٢].

ولذلك يجب أن تتعاون جميع الأطراف المعينة بتقديم هذه الخدمة وتخفيض تكاليف إنتاجها، وبالتالي فإن على وزارة الحج أن تخفض قدر الإمكان من الرسوم المفروضة على المؤسسات . كما أن على أصحاب مؤسسات حجاج الداخل العمل على خفض التكاليف التي تتحملها المؤسسة إلى أدنى حد ممكن لكي تتمكن من خفض أسعارها، ومن ذلك تخفيض نفقات الدعاية والإعلان وعدم التوسع في استخدام الوسائل المكلفة والباهظة الثمن منها، والاقتصار على الضروري فقط دون إسراف وكذلك على الضروري من الإداريين والموظفين ، بالإضافة إلى خفض إيجار المكاتب التابعة للمؤسسة عن طريق البحث عن البدائل الأقل تكلفة وغير ذلك.

ومن ناحية أخرى فإن على الحاج أيضاً أن يساهم في تخفيض الأسعار عن طريق تقليل الطلبات والخدمات التي يطالب مؤسسة حجاج الداخل بتوفيرها.

٣ – تقليل عدد الوسطاء والسماسرة:

تبين فيما سبق أن تعدد الوسطاء بين مؤسسات حجاج الداخل والحجاج يعمل على ارتفاع تكاليف تسويق الخدمة التي تقدمها تلك المؤسسات لمحاولة كل منهم الحصول على أقصى ربح ممكن مع قلة أو انعدام الخدمة التي يضيفها كل منهم إلى الخدمة الأصلية. ولذلك فإن الإسلام يحمى المتعاملين من ارتفاع الأسعار الذي ينشأ عن تعدد الوسطاء في عمليات البيع والشراء، فعن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال (لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى منه، فإذا أتى سيده السوق فهو بالخيار) [٣٣] وعن ابن عباس رضي الله عنهما قال (نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن تتلقى الركبان وأن يبيع حاضر لباد" [٣٤] لأن ذلك قد يترتب عليه ارتفاع أسعار السلع والخدمات بعكس ما إذا قام البائع الأصلي ببيع سلعته أو خدمته في السوق مباشرة فإن ذلك أضمن لتوصيل السلعة أو الخدمة للمستهلكين بدون غلاء في السعر يتسبب فيه الوسطاء والسماسرة.

ولذا يجب على الجهات المعنية بشؤون الحجاج العمل على تقليل عدد الوسطاء والسماسرة وقصر عددهم إلى أقل عدد ممكن تتم به الخدمات التسويقية المطلوبة، لأن ذلك سيساعد على خفض الهوامش التسويقية وقصرها على ما يقابل خدمة إنتاجية حقيقية، وبالتالي الحد من ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل.

٤ – المتابعة المستمرة لمؤسسات حجاج الداخل:

من ضمن الإجراءات الهامة للحد من ارتفاع أسعار مؤسسات حجاج الداخل ضرورة قيام الجهات المختصة بالمتابعة المستمرة لمؤسسات حجاج الداخل والمراقبة والإشراف على سير العمل فيها ومدى تقيدها بالأنظمة واللوائح المنظمة لهذا المجال، والحيلولة دون ارتفاع أسعارها أو أي تجاوزات أخرى قد تصدر عنها، والتدخل عند الضرورة بتسعير الخدمات التي تقدمها مؤسسات حجاج الداخل إذا ما غالت تلك المؤسسات في أسعار خدماتها.

ولكي تتمكن الجهات المعنية من القيام بتلك المسؤليات على الوجه المطلوب يقترح الباحثون ضرورة إنشاء هيئة خاصة للمتابعة والإشراف على مؤسسات الداخل ووضع اللوائح التنظيمية لعمل تلك المؤسسات، وأن يكون تعاقد الحجاج وارتباطهم بتلك المؤسسات عن طريق مكتب الهيئة، حيث يقوم بتوزيع الحجاج على المؤسسات حسب فئاتها وبالتالي تضمن الهيئة توحيد الأسعار فيما بين مؤسسات حجاج الداخل.

٥ – إنشاء سوق متخصصة لتقدم خدمات الحج والعمرة:

من ضمن الإجراءات التي تساعد على الحد من ارتفاع سعر خدمة أداء فريضة الحج العمل على إيجاد سوق متخصصة لتقديم هذه الخدمة، لكي يسهل على الجهات المختصة المراقبة والإشراف على المؤسسات التي تقدم هذه الخدمة من ناحية، ولكن يسهل على الحاج الحصول على أفضل الخدمات وبأحسن الأسعار من خلال هذه السوق من ناحية أخرى. كما أن من شأن هذه السوق أن تزيد من عملية المنافسة بين مؤسسات حجاج الداخل لجذب العملاء والتعاقد مع أكبر عدد منهم، وسيترتب على ذلك بالطبع تحسين كل مؤسسة لمستوى خدماتها ومحاولة تخفيض أسعارها.

٦ – زيادة عدد مؤسسات حجاج الداخل:

تبين فيما سبق أن عدد مؤسسات حجاج الداخل لا يزال محدوداً في مقابل تزايد الطلب على خدمات تلك المؤسسات من حجاج الداخل، ويرجع السبب في محدودية عدد تلك المؤسسات إلى صعوبة الحصول على التصريح بمزاولة هذه المهنة من جهة، والى كثرة الرسوم المفروضة والأعباء الملقاة على عاتق المؤسسة من جهة أخرى. ولزيادة عرض خدمة أداء فريضة الحج وبالتالي انخفاض سعرها فإن على وزارة الحج أن تعمل على تيسير وتقليل الإجراءات والشروط المطلوبة للحصول على تصريح العمل في هذا المجال، وكذلك تقليل الرسوم المفروضة على مؤسسات حجاج الداخل قدر الإمكان.

الهوامش

(١) د. عبدا لحي مرعي، في محاسبة التكاليف لأغراض التخطيط والرقابة، ص٥، ٦.

(٢) المرجع السابق، ص٢٤٥ — ٢٥٨.

(٣) سورة البقرة، الآية (١٦).

(٤) ابن قدامه، المغني على مختصر الخرقي، الجزء الخامس، القاهرة، مكتبة ابن تيمية، ص٥٧.

(٥) د. محمد سعيد عبدالسلام، المحاسبة في الإسلام، دراسة مقارنة، جدة، دار البيان العربي، ١٩٨٢م، ص٨٠.

(٦) د. حسين شحاته، محاسبة الزكاة، مفهوماً ونظاماً، وتطبيقاً، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، بدون تاريخ، ص١٥١ — ١٥٢.

(٧) العيني — رمز الحقائق شرح كتر الدقائق/ ٢، ص٥٦ — ٥٧.

(٨) ابن عابدين — حاشية ابن عابدين على الدر المختار، ص٢٢٣.

(٩) كاسب عبدالكريم البدران — عقد الاستصناع — دراسة مقارنة (رسالة ماجستير) — المعهد العالي للقضاء — جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٣٩٨هـ، ص٦١.

(١٠) سامي نجدي رفاعي، مرجع سبق ذكره، ص٢٥٤.

(١١) المرجع السابق.

(١٢) د. شوقي شحاته، نظرية المحاسبة المالية من منظور اسلامي، القاهرة، الزهراء للإعلام العربي، ١٩٨٧، ص١٢٥.

(١٣) المرجع السابق.

(١٤) المرجع السابق.

(١٥) المرجع السابق، ص١٢٦.

(١٦) د. محمد توفيق بلبع، مرجع سبق ذكره، ص١٧ — ٢٢.

(١٧) سورة الفرقان، الآية (٦٧).

(١٨) سورة الإسراء، الآية (٢٦).

(١٩) سامي نجدي رفاعي، مرجع سبق ذكره، ص٢٦٥.

(٢٠) سورة الإسراء، الآية (٢٩).

(٢١) انظر: مسند الإمام أحمد ٢٢١/٢ وبهامشه كتر العمال، شهاب الدين أحمد بن حجر العسقلاني، تلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير ١٠١/١، دار المعرفة، بيروت.
وقال عنه محمد فؤاد عبدالباقي في الزوائد: إسناده ضعيف لضعف حي بن عبدالله وابن لهيعة — انظر سنن ابن ماجه ١٤٧/١ حديث رقم ٤٢٥ — دار الفكر.

(٢٢) د.حسين شحاته، محاسبة التكاليف في الإسلام، مطبوعات جامعة الإمارات العربية المتحدة، بدون تاريخ، ص٥.

(٢٣) د. سامي نجدي رفاعي، مرجع سبق ذكره، ص٢٦٦.

(٢٤) المرجع السابق، ص٢٦٦ – ٢٧٠.

(٢٥) سورة النساء، الآية (٢٩).

(٢٦) د. شرف بن علي الشريف، مرجع سبق ذكره، ص١٠٣.

(٢٧) سورة الأعراف، الآية (٣١).

(٢٨) سورة الفرقان، الآية (٦٧).

(٢٩) انظر في هذا الموضوع الخطة التشغيلية لمؤسسات حجاج الداخل، المهندس على بكر العامودي، مديري عام الهيئة التنسيقية لمؤسسات حجاج الداخل سابقاً.

(٣٠) أحمد شهيب النسائي، سنن النسائي ، مكتبة الباز ، ج٧ ص٢٥٤.

(٣١) د. محمد رواس قلعة جي، مباحث في الاقتصاد الإسلامي، دار النفائس ، لبنان، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ ، ص١١٤.

(٣٢) محمد رواسي قلعة جي، مباحث في الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق ص ١١٣.

(٣٣) الإمام البخاري ، صحيح البخاري ، ج٢ص ٦٣٩.

المبحث الثالث

ضوابط السعر العادل في الشريعة الإسلامية

لقد اهتم الإسلام بأن يكون تداول السلع والخدمات في السوق بعيداً عن أي تعاملات قد تؤدي إلى ارتفاع الأسعار أو المغالاة في أثمان السلع والخدمات، ولكي يصبح السوق الإسلامي ميداناً للتنافس المثمر الذي يجد فيه أرباب الحاجات حوائجهم بعيداً عن الانحرافات والمغالاة في الأسعار فقد وضعت الشريعة الإسلامية جملة من الضوابط والقيم الإيمانية والأخلاقية التي تساعد على ضبط الأسعار والوصول بها إلى السعر العادل الذي تستحقه، ومن أهم هذه الضوابط ما يلي:

١ – منع التعاملات التي تؤثر على الأسعار:

نهى الإسلام عن أي تعاملات أو انحرافات قد تؤثر على أسعار السلع والخدمات كالغش والغرر، قال عليه الصلاة والسلام (من غشنا فليس منا" (١) وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال (نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر" (٢).

كما نهى الإسلام عن الاحتكار لما يترتب عليه من ارتفاع الأسعار والاضطرار بالناس قال عليه الصلاة والسلام (من أحتكر فهي خاطئ (٣)وقال أيضاً (من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغلبه عليهم كان حقاً على الله أن يقعده بعظم من النار يوم القيامة. (٤).

كما نهى الإسلام عن التدخل غير المشروع في التعامل وبعض أنواع الوساطة والسمسرة التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار والتغرير بالمتعاملين، فقد روى الإمام مسلم في صحيحه (أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن تلقى الركبان وأن يبيع حاضر لباد)(٥) أي لا يكن له سمساراً، لأن ذلك قد يترتب عليه حجب السلع والخدمات عن الأسواق لحين ارتفاع أسعارها.

كما نهى الإسلام عن كل التعاملات والتصرفات التي تؤدي إلى عدم استقرار الأسعار أو تلحق الضرر بالآخرين، ويجمع كل ذلك وما عداه من أضرار قوله عليه الصلاة والسلام (لا ضرر ولا ضرار) ". (٦)

٢ – عرض السلع بصدق وأمانة :

لقد أوجب الإسلام على التجار وأصحاب السلع والخدمات عرضها بصدق وأمانة وعدم التحايل لزيادة ثمنها لجعل المشتري يشتريها بالسعر الزائد، فعن ابن عمر رضي الله عنها قال (نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن النجش)[٧] والنجش هو الزيادة في ثمن السلعة أو الخدمة ممن لا يريد شراءها ليوقع غيره فيها.

كما نهى الإسلام عن استخدام الكذب والحلف لترويج وتسويق السلع والخدمات ومن ذلك الدعاية والإعلان الكاذب، قال عليه الصلاة والسلام (الحلف منفقة للسلعة محققة للربح)[٨]. وقال أيضاً (التاجر الأمين الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء) [٤] .

٣ – النهي عن الربح الفاحش :

الربح الفاحش هو الذي يزيد عن الحد المعروف المألوف بين عامة الناس، وقد بين العلماء أن الحد المعروف والمألوف في هذا المجال هو ما جرت به عادة المسلمين العقلاء المنصفين[٩]. ولذلك نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن البيع بسعر أعلى من المعتاد لمن لا يعرف السعر، فعن جابر رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال (غبن المسترسل ربا)[١٠] والمسترسل هو الجاهل بالسعر، والمقصود هو أن ظلم الجاهل بالسعر يكون أشبه بأكل الربا.

كما نهى الإسلام عن زيادة الثمن لمن يضطر لسلعة أو لخدمة معينة ولا يجدها الا عندشخص معين فلا يجوز للبائع ان يبيع السلعة أو الخدمة التي لديه بأكثر من الربح المعتاد، فعن علي رضي الله عنه قال (نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع المضطر"[١١]

٤ – التفاعل الحر لقوى العرض والطلب:

الأصل في تحديد قيم الأشياء ترك قوى العرض والطلب لتتفاعل في السوق بحرية تامة لتحديد السعر العادل الذي تستحقه السلعة أو الخدمة، وقد أدرك فقهاء المسلمين أهمية جهاز السوق ودور العرض والطلب في تحديد الثمن، يقول شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله(إن الثمن يتأثر بكثرة الطلب وقلته، فإذا كثر الطلب ارتفع الثمن، وإن قل رخص الثمن، فعند كثرة الحاجة ترتفع القيمة" [١٢].

٥ – مبدأ التراضي وعدم الظلم:

يهتم الإسلام بتنظيم عمليات البيع والشراء وتداول وتبادل السلع والخدمات في السوق وذلك من خلال وضع المبادئ والأسس المنظمة لتلك العمليات، فمع أهمية جهاز السوق ودوره في تحديد الأسعار من خلال قوى العرض من الطلب، إلا أنه لا يعول عليه وحده وبصفة مطلقة في تحديد أسعار السلع والخدمات، إذ أن هناك مبادئ وقيم إسلامية يجب توفرها في عمليات البيع والشراء قد لا توفرها السوق في كل الحالات، ومن هذه المبادئ المنظمة لتلك العمليات مبدأ التراضي بين أطراف التعامل، قال تعالى في محكم التتريل (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراضي منكم ولا تقتلوا أنفسكم أن الله كان بكم رحيماً" [١٣].

فالإسلام يشترط لإتمام عملية البيع توفر الرضا لكل من البائع والمشتري وليس لأحدهما فقط. وهناك مبدأ آخر وهو العدل وعدم الظلم، فلا يحق لطرف أن يلحق الضرر بالطرف الآخر، قال تعالى" ويل للمطففين، الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون، وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون" (١٤).

ومن تلك المبادئ المنظمة لعمليات البيع وتداول السلع والخدمات التسامح والتساهل في التعاملات وعدم المغالات في سعر السلعة أو الخدمة وتخفيض الثمن على المحتاج المعسر، قال عليه الصلاة والسلام " رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع وإذا اشترى واقتضى " (١٥).

٦ – التسعير عند الضرورة :

يجيز الإسلام للدولة التدخل بتحديد أسعار السلع والخدمات عند الضرورة، فإذا لم يعبر السعر عن التفاعل الحر لقوى العرض والطلب وعجز جهاز السوق عن تحقيق مبدأ التراضي والعدل لحدوث تواطؤ من قبل البائعين أو المشترين أو أي تجاوزات أخرى كان للدولة التدخل لتوفير السلع والخدمات بالسعر العادل الذي لا يجحف بأي من أطراف التعامل (١٦) يقول شيخ الإسلام ابن تيمية (إذا كانت حاجة الناس لا تنقضي إلا بالتسعير العادل سعر عليهم تسعير عدل لا وكس ولا شطط) (١٧) .

أما إذا غلت الأسعار بدون وجود عوامل خارجية مفتعلة أو أي انحرافات أخرى فإنه لا يجوز للدولة التدخل بتحديد الأسعار أو إجبار البائعين على بيع السلع والخدمات بسعر منخفض بدون وجه حق، فقد روى أنس بن مالك رضي الله عنه أن الناس قالوا : يا رسول الله غلا السعر فسعر لنا، فقال (إن الله تعالى هو الخالق القابض الباسط الرازق المسعر، وإني لأرجو أن ألقي الله تعالى ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه في دم ولا مال"(١٨). وقد فسر العلماء عدم تدخل الرسول صلى الله عليه وسلم بتحديد الأسعار نظرا لقوة الوازع الديني في ذلك المجتمع وبالتالي سلامة النشاط الاقتصادي وتحقق التكافل الاجتماعي تلقائياً مما كان يغني عن تدخل الدولة (١٩).

الهوامش

(١) (الحافظ المنذري، مختصر صحيح مسلم، مكتبة المعارف، الرياضي، ص٢٤٦.

(٢) الحافظ المنذري ، مختصر سنن أبي داود، مكتبة السنة المحمدية، ج٥ ص٤٧،حديث رقم (٣٢٤٢).

(٣) الإمام مسلم، صحيح مسلم، دار أحياء الكتب العربية، لبنان ، ج٣ ص ١٢٢٧.

(٤) محمد بن علي الشوكاني، نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار، مطبعة الحلبي، ج٥ ص ٢٤٩.

(٥) الإمام مسلم، صحيح مسلم ، ج٣ ، ص ١١٥٦.

(٦) الإمام مالك بن أنس، الموطأ، ج٢ ص٧٤٥.

(٧) الإمام البخاري ي، صحيح البخاري، المكتبة العصرية، لبنان، ج٢، ص٣٦٣.

(٨) محمد بن عيسى الترمذي، سنن الترمذي، باب ما جاء في التجار.

(٩) ا لدكتور عامر سعيد الزيبياري، أجوبة عن أسئلتك في المعاملات المالية، دار ابن حزم، لبنان، ص٨٥.

(١٠)

(١١) الحافظ المناوي، مختصر سنن أبي داود، ج٥ ص٤٧.

(١٢) مجموع فتاوى ابن تيمية، ج٢٩، ص٥٢٤.

(١٣) سورة النساء، الآية (٢٩).

(١٤) سورة المطففين ، الآية (١- ٣).

(١٥) الإمام البخاري ، صحيح البخاري ، ج٢ ص ٦١٧.

(١٦) الدكتور محمد عفر، النظام الاقتصادي الإسلامي، دار المجتمع العلمي ، جدة ، ص٨٩.

(١٧) شيخ الإسلام بن تيمية، الحسبة، دار الكتاب العربي ، ص ٤٢.

(١٨) عبد الرؤوف المنادي ، التسير بشرح الجامع الصغير، ج١، ص٢٦٢.

(١٩) الدكتور محمد شوقي الفنجري، المذهب الاقتصادي في الإسلام، دار الفنون، جدة ،ص ٢١٥.

الجزء الثاني

الدراسة التطبيقية

رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات الداخل مقارنة بجودة الخدمات التي تقدمها ورضاه عن جودة الخدمة

ينقسم هذا الجزء إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: أثر العوامل الاجتماعية والشخصية للحاج على رضا ه عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات الداخل مقارنة بجودة الخدمات المقدمة.

المبحث الثاني: أثر العوامل الاجتماعية والشخصية للحاج على رضا ه عن جودة الخدمة المقدمة.

المبحث الأول

أثر العوامل الاجتماعية والشخصية للحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج

المبحث الأول

أثر العوامل الاجتماعية والشخصية للحاج على درجة رضاه عن التكلفة المدفوعة

يتناول هذا المبحث تحليل أثر العوامل الاجتماعية و الشخصية على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة :

أ- تأثير جنس الحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

ب- تأثير عمر الحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

ج- تأثير جنسية الحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

د- تأثير الحالة الاجتماعية للحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

ه- تأثير المستوى التعليمي للحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

و- تأثير مكان الإقامة في الموطن الأصلي للحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة.

المبحث الأول

أثر العوامل الاجتماعية والشخصية على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات لأداء فريضة الحج

من المعلوم أن الرضا هو أحد أهم الجوانب التي يهتم بها المحللين التسويقيين لمعرفة الاتجاهات المستقبلية على الطلب على السلعة أو الخدمة التي تقدمها الشركات ، وبالتالي معرفة المركز التنافسي للشركة ومدى زيادة أو انخفاض عدد طالبي السلعة أو الخدمة من عملائها وبالتالي بناء إستراتيجية محددة لمواجهة الآثار المحتملة للتغير الايجابي أو السلبي.

وفي هذه الدراسة يتم تقسيم العوامل المؤثرة على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج عن طريق مؤسسات الداخل إلى مجموعات من العوامل:

العوامل الشخصية:

وهي عوامل متعلقة بشخصية الحاج وتتمثل في:

١) **الجنس:** هل الحاج رجل أو امرأة، وهذا العامل يقرر بطبيعة الحال أن شعور الرجال يختلف عن شعور النساء بالرضا .

٢) **العمر:** باعتبار أن شعور الإنسان ورضاه للخدمة يتغير مع تغير عمره، فقد يختلف الشعور بالرضا حسب الفئة العمرية للفرد.

٣) **الجنسية:** قد يختلف شعور الفرد بالرضا تبعا لجنسية الحاج نتيجة لعوامل ثقافية مختلفة لذلك تم تقسيم الجنسية إلى سعوديين ومقيمين لاختبار ماذا كانت هناك اختلاف بين المجموعتين بالنسبة لمستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة.

٤) **الحالة الاجتماعية:** قد تؤثر الحالة الاجتماعية للفرد، فقد يختلف مستوى الرضا حسب الحالة الاجتماعية وبالتحديد هل الحاج متزوج أو أعزب أو مطلق أو أرمل ،وبالطبع نتوقع أن يتغير مستوى الرضا مع تغير الحالة الاجتماعية .

٥) **المستوى التعليمي:** ومن المتوقع أن يكون للمستوى التعليمي أثر على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات لأداء فريضة الحج حيث يختلف درجة الرضا تبعا للمستوى التعليمي.

٦) **مجال العمل** : أي ما إذا كان لدى الحاج عمل في بلده أو ليس لديه عمل، وإذا كان لديه عمل فان طبيعة العمل قد تؤثر على مستوى درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة فمن المعلوم أن شعور الأفراد بالرضا عن الخدمة سوف يتأثر ويختلف حسب ما إذا كان لديه عمل أم لا، وتختلف أيضاً حسب نوع العمل الذي يمارسه .

٧) **مكان الإقامة في الموطن الأصلي** : قد يؤثر مكان الإقامة على رضا الفرد نتيجة عوامل ثقافية مختلفة والتي قد تختلف من مكان لآخر.

والآن ننتقل خطوة لتحليل العلاقة بين كل عامل من تلك العوامل ودرجة الرضا عن التكلفة المدفوعة .

أولاً: أثر جنس الحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة لأداء فريضة الحج :

ينقسم أفراد العينة إلى: (أ) حجاج رجال. (ب) حجاج نساء.

وفيما يلي الدليل التجريبي الذي يوضح تقسيم عينة الدراسة إلى فئتين هما الرجال والنساء مقارنة بدرجة الرضا (راضي وغير راضي).

ويوضح الجدول التالي تقسيم أفراد العينة حسب الجنس إلى رجالاً ونساءً ومدى رضا كل منهم عن التكلفة المدفوعة:

جدول (١) تقسيم أفراد العينة حسب درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة :

جنس الحاج		الرضا عن التكلفة	عدم الرضا	كلي
	رجال	٨٠%	٢٠%	١٠٠%
	نساء	٦٣%	٣٧%	١٠٠%
نسبة من العينة ككل		٧٨%	٢٢%	١٠٠%

ومن البيانات المقدرة يتضح أن:

(أ) أن ٨٠% من الرجال عبروا عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة بينما حوالي ٢٠% عبروا عن عدم رضاهم عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات حجاج الداخل .

(ب) أن حوالي ٦٣% من النساء عبروا عن رضاهن عن التكلفة المدفوعة، و٣٠% من النساء عبروا عن عدم رضاهن عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات حجاج الداخل .

وهذا يعني أن:

الرجال أكثر رضا عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات الداخل مقارنة بالنساء.

ثانياً: أثر عمر الحاج على مستوى رضا ه عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات الداخل :

قد يختلف درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات الداخل تبعا لاختلاف عمر الحاج في لحظة زمنية محـــددة وبالتالي يتفاوت مستوى الرضا بتفاوت العمر من شخص لآخر، ولذا من المتوقع اختلاف درجة الرضا للأفراد باختلاف أعمارهم، لأن المنفعة المستمدة من الخدمات تختلف باختلاف العمر، وعليه تختلف منفعة الخدمة المقدمة من المؤسسات باختلاف أعمار الأشخاص المختلفين في لحظة زمنية معينة.

ولإيضاح مدى صحة هذا الفرض نرجع إلى بيانات العينة لنجد النتائج التالية:

جدول (٢) العلاقة بين العمر و درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة:

فئة العمر	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
٢٤ فأقل	**%80**	**%20**
٢٥-٤٠	**%79.4**	**%20.06**
٤١-	**%٧٥,٤**	**%٢٤,٦**
نسبة كلية	**%٧٨**	**%٢٢**

من تلك البيانات يتضح عموماً ما يلي:

(أ) **بالنسبة للفئة التي عبرت عن مستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة وهي موزعة** كما يلي:

(١) الأفراد الذين يقعون في فئة العمر (٢٤ فأقل) سنة يمثلون ٨٠% ممن عبروا عن رضاهم عـــن التكلفـــة المدفوعة لمؤسسات الداخل وهي اكبر فئة عبرت عن مستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات من إجمالي عدد الحجاج .

(٢) فئة العمر (٢٥ – ٤٠) سنة تمثل79.4 % من إجمالي عدد الحجاج عبروا عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات.

(٣) فئة العمر (٤١ فما فوق) سنة تمثل ٧٥,٤% من هذه الفئة عبرت عن رضاها عن التكلفـــة المدفوعـــة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات .

ومن الواضح أن مستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات كان عاليا في الفئة العمرية الصغيرة (١-٢٥) سنة ، وربما يرجع ذلك إلى تحمل هذه الفئة لمتاعب الحج مقارنة بالفئة كبيرة السن التي ربما يـــصيبها الإرهاق والتعب خلال رحلة الحج وبالتالي تريد مستوى جودة أعلى مقابل التكلفة المدفوعة من الفئة الأصغر سنا.

(ب) بالنسبة للفئة التي عبرت عن عدم رضاها عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات يتضح ما يلي:

١. الأفراد الذين يقعون في فئة العمر (٢٤ فأقل) سنة يمثلون ٢٠% ممن عبروا عن عدم رضاهم عن **التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات** المقدمة من مؤسسات الداخل وهي اقل فئة عبرت عن عدم رضاها عن التكلفة مقابل الخدمة المقدمة لهم من إجمالي عدد الحجاج .

٢. فئة العمر (٢٥ – ٤٠) سنة تمثل 20.06 % من إجمالي عدد هذه الفئة من الحجاج عبروا عن عدم رضاهم عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات المقدمة لهم.

٣. فئة العمر (٤١ فما فوق) سنة تمثل ٢٤,٦% وقد عبرت هذه الفئة عن عدم رضاها عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات المقدمة وهي اكبر نسبة من الفئات الأخرى.

ونخلص من ذلك إلى:

فئات الأعمار الأكبر سناً هي التي عبرت عن عدم رضاها عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من قبل مؤسسات الداخل .

وقد يكون السبب كما ذكرنا آنفا عدم قدرة هؤلاء الأفراد على تحمل مشقة الحج ويرون أن المبلغ المدفوع يجب أن يقابله خدمة ذات جودة عالية تعينهم على تحمل هذه المشقة .

ثالثا: أثر جنسية الحاج على مستوى رضاه عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

قد يختلف شعور الفرد بالرضا تبعا لجنسية الحاج نتيجة لعوامل ثقافية مختلفة لذلك تم تقسيم الجنسية إلى سعوديين ومقيمين لاختبار ماإذا كان هناك اختلافا بين المجموعتين بالنسبة لمستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة.

والجدول التالي يوضح دليلاً تجريبياً على ذلك .

جدول(٣) توزيع الحجاج وفقاً للجنسية(سعوديين ومقيمين) حسب درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة

	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
سعوديين	% ٩٠	% ١٠
مقيمين	%٩٠	%١٠
كلي	%٩٠	%١٠

ومن البيانات المقدرة يتضح أن:

أن ٩٠% من السعوديين و٩٠% من المقيمين عبروا عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة بينما حوالي ٢٠% من الفئتين عبروا عن عدم رضاهم عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات حجاج الداخل .

وهذا يعني أن:

السعوديين والمقيمين متساوين في درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة .

رابعا: أثر الحالة الاجتماعية للحاج على مستوى رضاه عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات .

قد تتأثر درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة باختلاف ما إذا كان الحاج أعزبا أو متزوجا أو أرملا أو مطلقا فالفرد الأعزب له تفضيل وبعد الزواج يتغير تفضيله، وهكذا للفئات الأخرى لأن المنافع المستمدة من استهلاك السلع المختلفة أو الخدمة تختلف باختلاف الوضع الاجتماعي للشخص، ولذا من المتوقع أن نجد للحالة الاجتماعية أثرا على رضاه عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

والجدول التالي يوضح دليلاً تجريبياً على ذلك .

جدول(٤) توزيع الحجاج وفقاً لحالتهم الاجتماعية حسب درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة

	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
أعزب	% ٨٢	% ١٨
متزوج	%٨٠	%٢٠
مطلق	%٨٢	%١٨
ارمل	%٩٢	%٠٨
غير محدد	%٣٢	%٦٢
كلي	%٧٨	%٢٢

ومن تلك البيانات يتضح أن الدليل التجريبي الذي تقدمه تلك البيانات يوضح:

أ- أن العزاب الذين عبروا عن رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ٨٢% في حين عبر ١٨% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

ب- **أن المتزوجين الذين عبروا عن** رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات يقـــدر بنسبة ٨٠% في حين عبر ٢٠% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

ج- **أن المطلقين الذين عبروا عن** رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ٨٢% في حين عبر ١٨ % من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

د- **أن الارامل الذين عبروا عن** رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات يقـــدر بنسبة ٩٢% في حين عبر ٠٨% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

في حين أن الفئة الأخيرة(غير محددة) عبرت رضاها عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤســـسات يقدر بنسبة ٣٢% في حين عبر ٦٨% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

خامساً: أثر المستوى التعليمي للحاج على رضاه عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي المقدمة من قبل المؤسسات:

يمكن التنبؤ بان مستوى الرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤســـسات ســـوف يتـــأثر بالمستوى التعليمي، ومن المتوقع أن يفضي اختلاف المستوى التعليمي إلى اختلاف درجة الرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات عند نقطة زمنية معينة، وهذا ما يمكن توقعه عندما تختلف المـــستويات التعليميـــة للحجاج فان تقييمهم لمستوى الرضا قد يختلف، ونحاول من البيانات التي تقدمها العينة أن نستقي الأثر الذي يؤيـــد أو ينفي ما إذا كان اختلاف المستوى التعليمي للحجاج له أثر في درجة الرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

جدول (٥) المستوى التعليمي ودرجة الرضا عن التكلفة المدفوعة

مستوى التعليم	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
أمي	%٩٠	%١٠
يقرأ ويكتب	%٨٢	%١٨
ابتدائي ومتوسط	%٨٢	%١٨
ثانوي ودبلوم	%٨٠	%٢٠

بكالوريوس	٧٦%	٢٤%
ماجستير ودكتوراه	٨٢ %	١٨%
غير محدد	٥٢%	٤٨%
كلي	٧٨%	٢٨%

من الجدول السابق يتضح أن الفئة الأولى(أميين) أكثر درجة في الرضا حيث عبرا ٩٠% منهم بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات ، في حين عبر ١٠% من هذه الفئة عن عدم الرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات . وجاءت الفئتين يقرأ ويكتب حملة الشهادة الابتدائية والمتوسطة بنسبة متقاربة جدا حيث عبر ٨٢% في كلتا الفئتين بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات وعبر ١٨% عن عدم رضاهم . عبر ٨٠% من حملة الشهادة الثانوية والدبلوم بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات مقابل ٢٠% بعدم الرضا وعبر ٧٢% من حملة البكالوريوس بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات مقابل ٢٨% بعدم الرضا وعبر ٨٢% من حملة الماجستير والدكتوراه بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات مقابل ١٨% بعدم الرضا وأخيرا عبروا ٧٨% (غير محدد المستوى) بالرضا عن التكلفة مقارنة بجودة الخدمات مقابل ٢٢% بعدم الرضا.

سادسا: أثر العمل على درجة رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة :

في هذا الجزء نبحث أثر وجود عمل لدى الحاج على درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة ، فمن المعلوم أن شعور الفرد يتشكل حسب ما إذا كان لديه وظيفة أو ليس لديه وظيفة أصلاً، وطبيعة هذه الوظيفة والوظيفة هنا هي أي عمل يمارسه، فإذا لم يكن لديه عمل أصلاً فستكون له نظرة وتقديرات معينة تجاه الرضا عن التكلفة التي تحملها مقارنة بجودة الخدمة وكذلك حسب نوع العمل الذي يمارسه إذا كان لديه عمل ، والنقطة التي تحاول الدراسة بحثها هنا:

هل وجود أو عدم وجود عمل وطبيعة العمل للأفراد الذين يؤدون الحج مع المؤسسات يؤثر على مستوى الرضا لديهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات التي يحصلون عليها ؟

<u>وتشير الإحصاءات المستقاة من بيانات العينة إلى النتائج التالية:</u>

جدول (٦) مجال العمل ومستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة

مجال العمل	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
لا يعمل	٨٣%	١٧%
متقاعد	٨٤%	١٦%
طالب	٨٥%	١٥%

مدرس	%٨٢	%١٨
مهندس	%٧٨	%٢٢
طبيب	%٧٩	%٢١
أستاذ جامعي	%٧٧,٦	%٢٢,٤
موظف	%٧٩	%٢١
رجل أعمال	%٧٩	%٢١
مزارع	%٨٥	%١٥
حرفي	%٧٩	%٢١
أخرى	%٦٧	%٣٣
نسبة كلية	% ٧٨	%٢٢

يتضح من الجدول السابق يتضح أن الأفراد الذين لايعملون كانت نسبة رضاهم عن التكلفة المدفوعة ٨٣% في حين أن ١٧% لم يكونوا راضين عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة وكذلك عبر ٨٤% من المتعاقدين عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة في حين أن نسبة ١٦% لم يكونوا راضين ،وقد عبر الطلبة عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة بنسبة ٨٥% و١٥% بعدم الرضا،وكان المدرسين اقل رضا من الطلبة حيث عبر٨٢% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ١٨% بعدم الرضا،وعبر المهندسين بنسبة ٧٨% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢٢% بعدم الرضا،وعبر الأطباء بنسبة ٧٩% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،وعبر أساتذة الجامعة بنسبة٧٧,٦% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢٢,٤% بعدم الرضا،وجاءت نسبة الموظفين ورجال الأعمال متساوية حيث عبر نسبة٧٩% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،وكان المزارعين أكثر رضا من الموظفين ورجال الأعمال حيث عبر ٨٥% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ١٥% بعدم الرضا،والحرفيين بنسبة ٧٩% بالرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،والفئة المعنونة بأخرى بنسبة ٦٧% بالرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة وهي اقل فئة رضا مقابل ٣٣% بعدم الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من المؤسسات.

مدرس	%٨٢	%١٨
مهندس	%٧٨	%٢٢
طبيب	%٧٩	%٢١
أستاذ جامعي	%٧٧,٦	%٢٢,٤
موظف	%٧٩	%٢١
رجل أعمال	%٧٩	%٢١
مزارع	%٨٥	%١٥
حرفي	%٧٩	%٢١
أخرى	%٦٧	%٣٣
نسبة كلية	% ٧٨	%٢٢

يتضح من الجدول السابق يتضح أن الأفراد الذين لايعملون كانت نسبة رضاهم عن التكلفة المدفوعة ٨٣% في حين أن ١٧% لم يكونوا راضين عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة وكذلك عبر ٨٤% من المتعاقدين عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة في حين أن نسبة ١٦% لم يكونوا راضين ،وقد عبر الطلبة عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة بنسبة ٨٥% و١٥% بعدم الرضا،وكان المدرسين اقل رضا من الطلبة حيث عبر٨٢% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ١٨% بعدم الرضا،وعبر المهندسين بنسبة ٧٨% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢٢% بعدم الرضا،وعبر الأطباء بنسبة ٧٩% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،وعبر أساتذة الجامعة بنسبة٧٧,٦% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢٢,٤% بعدم الرضا،وجاءت نسبة الموظفين ورجال الأعمال متساوية حيث عبر نسبة٧٩% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،وكان المزارعين أكثر رضا من الموظفين ورجال الأعمال حيث عبر ٨٥% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ١٥% بعدم الرضا،والحرفيين بنسبة ٧٩% بالرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة مقابل ٢١% بعدم الرضا،والفئة المعنونة بأخرى بنسبة ٦٧% بالرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة وهي اقل فئة رضا مقابل ٣٣% بعدم الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات المقدمة من المؤسسات.

سابعا: أثر مكان الإقامة في الموطن الأصلي للحاج على رضاه عن التكلفة المدفوعة:

تحاول الدراسة هنا أن تحلل ما إذا كان المكان الأصلي للحاج له أثر على رضاه عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة .

ومن نتائج الاستبيان حصلنا على بيانات الجدول التالي:

جدول(٧) توزيع الحجاج وفقاً لمكان الإقامة الأصلي و درجة الرضا عن التكلفة المدفوعة.

	الرضا عن التكلفة	عدم الرضا
قرية	٨٠ %	٢٠ %
مدينة	٨٣%	١٧%
عاصمة	٧٧%	٢٣%
غير محدد	٥٩%	٤١%
كلي	٧٨%	٢٢%

يتضح من الجدول السابق أن مكان الإقامة الأصلي للحاج مؤثر بدرجة متفاوتة على مستوى الرضا لديه طبقا للنسب ، حيث أن الأفراد الذين يسكنون القرية كموطن أصلي عبروا بنسبة ٨٠% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة مقابل ٢٠% عبروا عن عدم رضاهم . وكانت نسبة من يقطنون المدينة أكثر رضا من القرية حيث كانت النسبة ٨٣% للرضا مقابل ١٧% بعدم الرضا، أما من يسكنون العاصمة فكانوا اقل رضا من الفئتين السابقتين حيث عبروا عن بنسبة ٧٧% بالرضا مقابل ٢٣% بعدم الرضا أما الفئة الغير محددة فكانت بنسبة ٧٨% بالرضا مقابل ٢٢% بعدم الرضا.

المبحث الثاني

أثر العوامل الاجتماعية والشخصية للحاج على درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

يتناول هذا المبحث أثر العوامل الاجتماعية والشخصية الآتية :

أ- أثر جنس للحاج على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

ب- أثر عمر الحاج على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

ج- أثر جنسية الحاج على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

د- أثر الحالة الاجتماعية للحاج على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

ه- أثر المستوى التعليمي للحاج على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

و- أثر عمل الحاج في موطنه الأصلي على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة.

المبحث الثاني

أثر العوامل الاجتماعية والشخصية على رضا الحاج عن جودة الخدمة المقدمة من المؤسسات لأداء فريضة الحج

قد يتأثر أيضا رضا الحاج عن جودة الخدمة المقدمة من المؤسسات كما هوا لحال في الرضا عن التكلفة فمن المعلوم كما ذكرنا في المبحث الأول أن الرضا هو أحد أهم الجوانب التي يهتم بها المحللين التسويقيين لمعرفة الاتجاهات المستقبلية على الطلب على السلعة أو الخدمة التي تقدمها الشركات ، وبالتالي معرفة المركز التنافسي للشركة ومدى زيادة أو انخفاض عدد طالبي السلعة أو الخدمة من عملائها وبالتالي بناء إستراتيجية محددة لمواجهة الآثار المحتملة للتغير الايجابي أو السلبي.

وفي هذه الدراسة يتم تقسيم العوامل المؤثرة على رضا الحاج عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات حجاج الداخل إلى مجموعات من العوامل :

العوامل الشخصية والاجتماعية والتي تتمثل في الآتي:

١) **الجنس:** ويقصد به جنس الحاج هل هو رجلا أم امرأة، وعليه فان شعور الرجال يختلف عن شعور النساء بالرضا عن السلعة أو الخدمة .

٢) **العمر:** أن شعور الإنسان ورضاه للخدمة تتغير مع تغير عمره، فقد يختلف الشعور بالرضا حسب الفئة العمرية للفرد .

٣) **الجنسية:** قد يختلف شعور الفرد بالرضا تبعا لجنسية الحاج نتيجة لعوامل ثقافية مختلفة وعليه فقد تم تقسيم الجنسية إلى سعوديين ومقيمين لاختبار مدى اختلاف بين المجموعتين في درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة.

٤) **الحالة الاجتماعية: قد تؤثر الحالة الاجتماعية للفرد،** ومن ثم يختلف مستوى الرضا حسب الحالة الاجتماعية وبالتحديد هل الحاج متزوج أو أعزب أو مطلق أو أرمل .

٥) **المستوى التعليمي:** من المتوقع أن يختلف مستوى درجة الرضا عن جودة الخدمة تبعا لاختلاف المستوى التعليمي للحاج .

٦) **مجال العمل** : من المحتمل أن يختلف مستوى درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة للحاج من شخص لآخر تبعا لوجود عمل وتبعا لطبيعة العمل .

٧) **مكان الإقامة في الموطن الأصلي** : قد يؤثر مكان الإقامة على رضا الفرد نتيجة عوامل ثقافية قد تختلف من مكان لآخر .

والآن ننتقل الى تحليل العلاقة بين كل عامل من تلك العوامل ودرجة الرضا عن الخدمة المقدمة .

أولاً: العلاقة بين جنس الحاج و مستوى رضاه عن جودة الخدمة المقدمة:

ينقسم أفراد العينة إلى: (أ) حجاج رجال. (ب) حجاج نساء.

وتم تقسيم عينة الدراسة إلى فئتين هما الرجال والنساء مقارنة بدرجة الرضا (راضي وغير راضي).

ويوضح الجدول التالي تقسيم أفراد العينة حسب الجنس إلى رجالاً ونساءً ومدى رضا كل جنس عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات حجاج الداخل:

جدول (١) تقسيم أفراد العينة حسب درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

		الرضا عن الخدمة	عدم الرضا	كلي
جنس الحاج	رجال	%٨٩	%١١	%١٠٠
	نساء	%٩٦	%٠٤	%١٠٠
نسبة من العينة ككل		%٩٠	%١٠	%١٠٠

ومن البيانات المقدرة يتضح أن:

(أ) أن 89% من الرجال عبروا عن رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة بينما أن حوالي 11% عبروا عن عدم رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات حجاج الداخل .

(ب)أن حوالي 96% من النساء عبرن عن رضاهن عن جودة الخدمة المقدمة ، 04% من النساء عبرن عن عدم رضاهن عن رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة.

وهذا يعني أن:

النساء أكثر رضا عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات الداخل مقارنة بالرجال .

ثانياً: أثر العمر على مستوى رضا الحاج عن جودة الخدمة المقدمة :

قد يختلف درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات الداخل تبعا لاختلاف عمر الحاج في لحظة زمنية محددة ، وبالتالي يتفاوت مستوى الرضا بتفاوت العمر من شخص لآخر، ومن ثم نتوقع اختلاف درجة الرضا للأفراد لاختلاف أعمارهم، لأن المنفعة المستمدة من الخدمات تختلف باختلاف العمر.

وهذا الفرض تؤيده النتائج التالية:

جدول (٢) العلاقة بين العمر و درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

فئة العمر	الرضا عن الخدمة	عدم الرضا
أقل من٢٤	%٨٨	%١٢
٢٥-٤٠	%٨٨	%١٢
٤١-	%٩٤	%٠٦

من تلك البيانات يتضح ما يلي:

(أ) **بالنسبة للفئة التي عبرت عن مستوى الرضا عن جودة الخدمة المقدمة وهي موزعة كما يلي:**

(١) الأفراد الذين يقعون في فئة العمر (أقل من٢٤) سنة يمثلون ٨٨% ممن عبروا عن رضاهم **عن جودة الخدمة المقدمة من** مؤسسات الداخل .

(٢) فئة العمر (٢٥ – ٤٠) سنة تمثل**٨٨** % من إجمالي عدد الحجاج عبروا عن رضاهم **عن جـودة الخدمـة المقدمة من المؤسسات.**

(٣) فئة العمر (٤١ فما فوق) سنة تمثل **٩٤%** **من هذه الفئة عبرت عن رضاها عن جودة الخدمة المقدمة** .

ومن الواضع أن مستوى الرضا **عن جودة الخدمة المقدمة** كان عاليا في الفئة العمرية الكبيرة (اكبر مـن ٤٦) سنة ، ربما يرجع ذلك إلى أن هذه أكثر تحملا لمتاعب الحج من غيرها مقارنة بالفئة صغيرة السن التي ربما قد تطلب مستوى خدمات جيدة بينما الفئة الكبيرة تعلم وتدرك ان الحج يصاحبه نوع من التعب كرحلة روحانيـة للازدياد من الأجر .

(ب) **بالنسبة للفئة التي عبرت عن عدم رضاها عن جودة الخدمة المقدمة يتضح ما يلي:**

(١) الأفراد الذين يقعون في فئة العمر (أقل من ٢٤) سنة يمثلون ١٢% ممن عبروا عن عدم رضـاهم عـن **جودة الخدمة المقدمة** من مؤسسات الداخل

(٢) من تتراوح أعمارهم بين (٢٥ – ٤٠) سنة تمثل **١٢** % من إجمالي عدد هذه الفئة من الحجاج وقد عبروا عن عدم رضاهم عن **جودة الخدمة المقدمة** لهم .

أما فئة العمر (٤١ فما فوق) سنة فتمثل **٠٦%** **من هذه الفئة وقد عبرت عن عدم رضاها عن جودة الخدمة المقدمة . وهي أقل نسبة من الفئات الاخرى.**

ونخلص من ذلك إلى:

(١)فئات الأعمار الأكبر سناً هي التي عبرت عن رضاها عن **جودة الخدمة المقدمة** من قبل مؤسـسات الداخل. والسبب كما ذكرنا آنفا قدرة هؤلاء الأفراد على تحمل مشقة الحج ويرون أن الأجر على قدر المشقة .

ثالثا: أثر جنسية الحاج على مستوى رضاه عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات

قد يختلف شعور الفرد بالرضا تبعا للجنسية تبعا لعوامل ثقافية مختلفة لذلك تم تقسيم الجنسية إلى سعوديين ومقيمين لاختبار ماااذا كانت هناك اختلاف بين المجموعتين بالنسبة لمستوى الرضا عن جودة الخدمة المقدمة.

والجدول التالي يوضح دليلاً تجريبياً على عينة من الحجاج موزعين بين سعوديين ومقيمين طبقا لمستوى درجة الرضا (راضي وغير راضي) .

جدول(٣) الجنسية ومستوى الرضا.

الجنسية	الرضا عن جودة الخدمة	عدم الرضا
سعودي	%٧٨	%٢٢
مقيم	% ٧٩	%٢١
نسبة كلية	%٧٨	%٢٢

ومن البيانات المقدرة يتضح أن:

(١) أن ٧٨% من السعوديين راضين عن جودة الخدمة المقدمة مقابل ٢٢% يشعرون بعدم الرضا.

(٢) ٧٩% من المقيمين عبروا عن رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة بينما حوالي ٢١% عبروا عن عدم رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من مؤسسات حجاج الداخل .

رابعا: أثر الحالة الاجتماعية على مستوى رضا الحاج عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات .

قد تتاثر درجة الرضا **عن جودة الخدمة المقدمة** من المؤسسات باختلاف الحالة الاجتماعية للحاج وهل هو متزوج أو أعزب أو مطلق أو أرمل ، فالفرد الأعزب له تفضيل وبعد الزواج يتغير تفضيله، لأن المنافع المستمدة من استهلاك السلع المختلفة او الخدمة تختلف حسب الوضع الاجتماعي للشخص، وعلى هذا نتوقع أن نجد للحالة الاجتماعية تأثيراً على رضا الحاج **عن جودة الخدمة المقدمة** من قبل المؤسسات.

والجدول التالي يوضح دليلاً تجريبياً على عينة من الحجاج موزعين بين متزوج وأعزب ومطلق وأرمل ومدى رضى كل فئة عن الخدمة المقدمة له من مؤسسات الداخل .

جدول(٤) توزيع الحجاج وفقاً لحالتهم الاجتماعية حسب درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

	الرضا عن الخدمة	عدم الرضا
أعزب	% 90	% 10
متزوج	% 90	% 10
مطلق	%100	%0

ارمل	%92	%08
غير محدد	%88	%12
كلي	%90	%10

ومن تلك البيانات يتضح مايلي:

أ- **أن العزاب الذين عبروا عن** مستوى رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ٩٠% في حين عبر ١٠% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات.

ب-**المتزوجين الذين عبروا عن** رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ٩٠% في حين عبر ١٠% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات .

ج- **أن المطلقين الذين عبروا عن** رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ١٠٠% في حين لم يعبر أي فرد من هذه الفئة عن عدم رضا عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات

د- **أن الارامل الذين عبروا عن** رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات يقدر بنسبة ٩٢% في حين عبر ٠٨% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل هذه المؤسسات.

في حين ان هناك فئة أخيرة (غير المحددة) عبرت عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات بنسبة ٨٨% في حين عبر ١٢% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات

خامسا: أثر المستوى التعليمي على رضا الحاج عن جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات :

يتأثر مستوى الرضا عن جودة الخدمات المقدمة من قبل مؤسسات الداخل تبعا لمستواه التعليمي ، وهذا ما نتوقعه عندما تختلف المستويات التعليمية للحجاج فان تقييمهم لمستوى الرضا قد يختلف ، ونحاول من البيانات التي تقدمها العينة أن نستقي دليلا تجريبيا يؤيد أو ينفي ذلك .

جدول (٥) المستوى التعليمي ودرجة الرضا جودة الخدمة المقدمة

مستوى التعليم	الرضا عن الخدمة	عدم الرضا
أمي	%٩٤	%٠٦
يقرأ ويكتب	%٨٦	%١٤
ابتدائي ومتوسط	%٩٠	%١٠
ثانوي ودبلوم	%٩٠	%١٠

بكالوريوس	%٨٨	%١٢
ماجستير ودكتوراه	% ٩١	%٠٩
غير محدد	%٩٨	%٠٢
كلي	%٩٠	%١٠

من الدليل الوارد في الجدول ٥ يتضح أن الفئة الأولى وهم الأميين أكثر درجة في الرضا حيث عبر ٩٤% منهم عن رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات ، في حين عبر ٠٦% من هذه الفئة عن عدم رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات . وعبر٨٩% ممن يقرأ ويكتب عن رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات في حين عبر١٤% عن عدم رضاهم .و عبر ٨٠% كل من حاملي الشهادة الابتدائية و الثانوية والدبلوم عن رضاهم عن جودة الخدمات بنسبة ٩٠% مقابل ١٠% يشعرون بعدم الرضا وعبر ٨٨% من حملة البكالوريوس بالرضا عن جودة الخدمة مقابل ١٢% بعدم الرضا وعبر ٩١% من حملة الماجستير والدكتوراه برضاهم عن جودة الخدمات مقابل ٠٩% بعدم الرضا وأخيرا عبر ٩٨% (غير محدد المستوى) بالرضا عن جودة الخدمات مقابل ٠٢% بعدم الرضا.

سادسا: أثر العمل على درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة :

في هذا الجزء نبحث أثر وجود عمل لدى الحاج على درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة، فمن المعلوم اختلاف شعور الحج بالرضا يتوقف على مدى وجود عمل أم لا وطبيعة هذه الوظيفة والوظيفة هنا هي أي عمل يمارسه، فإذا لم يكن لديه عمل أصلاً فستكون له نظر وتقديرات معينة تجاه الرضا عن جودة الخدمة وكذلك حسب نوع العمل الذي يمارسه إذا كان لديه عمل ، والنقطة التي تحاول الدراسة بحثها هنا:

هل وجود أو عدم وجود عمل وطبيعة العمل للأفراد الذين يؤدون الحج مع المؤسسات يؤثر على مستوى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة التي يحصلون عليها ؟

وتشير الإحصاءات المأخوذه من بيانات العينة إلى النتائج التالية:

جدول (٦) مجال العمل ومستوى الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

مجال العمل	الرضا عن الخدمة	عدم الرضا
لا يعمل	%88	%12
متقاعد	%96	%04
طالب	%92	%08
مدرس	%92	%08
مهندس	%90	%10

طبيب	%96	%04
أستاذ جامعي	%85	%15
موظف	%87	%13
رجل أعمال	%86	%14
مزارع	%90	%10
حرفي	%89	%11
أخرى	%94	%06
نسبة كلية	% 90	%10

يتضح من الجدول السابق أن الأفراد الذين لايعملون عبروا بنسبة ٨٨% عن رضاهم عن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات في حين ١٢% منهم لم يكونوا راضين عن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات في حين أن الأفراد الذين لديهم عمل وكذلك الفئات الأخرى الباقية تتراوح مابين ٨٨% إلى ٩٦% بالشعور بالرضا عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات وكانت نسبة عدم الشعور بالرضا عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات مابين ١٢% إلى ٠٤% من العينة وكانت النسبة الكلية للعينة عبرت عن رضاها عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات حوالي ٩٠% وكانت نسبة عدم الرضا ١٠% عن جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات .

سابعا : أثرا قامة الحاج في موطنه الأصلي على رضاه عن جودة الخدمة المقدمة

تحلل الدراسة فيما إذا كان المكان الأصلي للحاج له أثر على مستوى الرضا عن جودة الخدمة المقدمة .

ومن نتائج الاستبيان حصلنا على بيانات الجدول التالي:

جدول (٧) توزيع الحجاج وفقاً لمكان الإقامة الأصلي و درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة

	الرضا عن جودة الخدمة	عدم الرضا
قرية	% ٨٨	% ١٢
مدينة	%٩٢	%٠٨
عاصمة	%٩١	%٠٩
غير محدد	%٩٢	%٠٨
كلي	%٩٠	%١٠

يتضح من الجدول السابق أن مكان الإقامة الأصلي للحاج غير مؤثر بدرجة كبيرة على مستوى الرضـــا طبقـــا للنسب ، فالأفراد الذين يسكنون القرية في موطنهم الأصلي عبروا بنسبة ٨٨% عن رضاهم عن التكلفة المدفوعـــة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة مقابل ٢٠% عبروا عن عدم رضاهم عن ذلك . وكانت نسبة من يقطنون المدينة أكثـــر رضا من القرية حيث كانت النسبة ٩٢% للرضا مقابل ٠٨% بعدم الرضا، أما من يسكنون العاصمة فكانوا قريبين في درجة الرضا لمن يقطنون في المدينة حيث عبروا عن بنسبة ٩١% بالرضا مقابل ٢٣% بعدم الرضا أما الفئة الغير محددة فكانت بنسبة ٩٢% بالرضا مقابل ٠٨% بعدم الرضا.

المبحث الثالث

اختبار اثر جودة الخدمات في التأثير على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة

في محاولة لاختبار أثر عناصر الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات و التي يمكن أن تؤثر على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لتلك الخدمة ومستوى جودها وكفاءها ، وذلك بهدف التعرف على مستوى جودة تلك الخدمات و ملاءمتها لمتطلبات ورغبات الحجاج وتلمس الواقع العملي والتطبيقي لمستوى أدائها وذلك من خلال استمارات استبيان وزعت على أفراد العينة العشوائية التي تم اختيارها لتكون محل الدراسة، لمعرفة جودة وكفاءة الخدمات التي يحصل عليها حجاج الداخل. كما أن هذه الدراسة ستعطي متخذي القرار في المؤسسات التي تقدم هذه الخدمة فرصة لمراجعة أدائهم لهذه المهمة وتنمية الجوانب الايجابية وتحسين الجوانب السلبية ، مما يؤدي في النهاية لرفع كفاءة أداء هذه المؤسسات وزيادة الطلب على خدماها وبالتالي استمراريتها في سوق العمل

ومن ناحية أخرى فإن مثل هذه الدراسات ستوفر قدرا أكبر من المعلومات الضرورية التي من شأنها تطوير وتفعيل مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسات الداخلية وإثراء القاعدة المعلوماتية للجوانب التطبيقية التي تعاني من نقص كبير فيها.

أولا: عينة الدراسة:

يتمثل المجتمع محل الدراسة في عينة عشوائية من الحجاج الذين يؤدون الحج من خلال المؤسسات الداخلية التي تختص بهذه الخدمة، و تمثلت عينة الدراسة في المؤسسات التي تقدم خدمات الحج للسعوديين والمقيمين داخل المملكة وتتكون من ٢٩٢ مؤسسة مقسمة إلى فئات وهي كالتالي : الفئة أ=٦٣، فئة ب =٥،فئة ج=٣٢،فئة د = ٥٧ وفئة ه=١٣٥ علما بأن هذا التصنيف غير متعلق بنوعية الخدمة بل بالقرب من الجمرات في منى. وقد تم اختيار ٣٤ مؤسسة عشوائيا لتكون محلا للدراسة لم يتم الإفصاح عن أسمائها لضمان الحصول على اكبر قدر من المعلومات وبشفافية اكبر لمستوى الخدمات المقدمة، سواء كانت من المؤسسات نفسها أو من المتعاملين معها من حجاج الداخل من سعوديين ومقيمين في المملكة العربية السعودية.

ثانيا: إعداد وتصميم استمارة الاستبيان:

لتنفيذ هذه الدراسة تم إعداد استمارة استبيان للحصول على جميع المعلومات الضرورية التي تساعد في تحقيق أهداف البحث وإخراجه على الوجه الذي يحقق طموح الأطراف المستفيدين منه ، ولذا تضمن الاستبيان العديد من الأسئلة والتي يختص بعضها بالمعلومات العامة عن الحاج ويختص البعض الآخر بنوع الخدمات التي يحصل عليها الحاج من قبل المؤسسة وتقييمه لمستوى جودة هذه الخدمات ، ومستوى رضاه عن جودة الخدمات المقدمة ، بالإضافة إلى رأيه في عدالة التكلفة المدفوعة للمؤسسة مقابل الخدمة المقدمة التي هي المحور الرئيس لهذا البحث.

ثالثا: محددات الدراسة:

هناك بعض المحددات التي يجدر الإشارة إليها فيما يتعلق بهذه الدراسة ،وهذه المحددات هي على النحو التالي:

- لقد تمت مباشرة الدراسة التطبيقية وتوزيع استمارات الاستبيان على أفراد العينة خلال اليوم الثاني من أيام التشريق لعام ١٤٢٤ بمشعر منى.
- تم توزيع ١٧٠٠ استبيان على ٣٤ مؤسسة تعمل في مجال خدمات الحجاج بواقع ٥٠ استبيان لكل مؤسسة
- سمحت ٣٠ مؤسسة بتوزيع استمارات الاستبيان على عملائها من الحجاج، في حين رفضت أربع مؤسسات السماح بتوزيع استمارات الاستبيان على عملائها و لذلك تم استبعادها من عينة الدراسة.
- تم الحصول على (١٠٩٥) استمارة مكتملة البيانات ، واستبعد (٤٠٥) استمارة لعدم اكتمالها، وبالتالي فان معدل الاستجابة = ١٠٩٥\١٥٠٠ = ٧٣%.

رابعاً:متغيرات الدراسة الرئيسية

هدف الدراسة هو اختبار أثر عناصر الخدمات التي تقدمها المؤسسات للحجاج إحصائياً في التأثير على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لذلك فان هذه الدراسة تجيب عن التساؤل الآتي : هل هناك:علاقة سببية بين رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة للمؤسسات مقارنة بعناصر جودة الخدمات المختلفة ، لذلك سوف يتم اختبار اثر جودة الخدمات في التأثير على رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة كمتغير تابع لذلك تم تقسيم الخدمات التي تقدمها مؤسسات الداخل إلى مجموعات رئسيه (زمانيا ومكانيا) إلى المراحل التالية:

المرحلة الأولى: مستوى جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسة قبل يوم التروية (مكة):

تتنوع الخدمات التي تقدمها المؤسسات للحجاج خلال هذه المرحلة، وقد تم سؤال أفراد العينة عن مستوى الخدمات التي تشملها هذه المرحلة وهي على النحو التالي : تبدأ مرحلة تقديم الخدمة من بلد الإقامة وانتقالهم إلى مكة قبل يوم التروية ، وتشمل العناصر التالية (أنظر الجدول رقم١):

وقد تم قياس المتغيرات السابقة باستخدام ليكرت من ٥ درجات (ممتاز)، ٤درجات(جيد جدا)، ٣درجات (جيد)، درجتين(ضعيف) ودرجة واحدة إذا لم تكن هذه الخدمة مقدمة للحاج.

وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم(١)

Std. Deviation	Mean	N	
1.292	4.13	844	الاستقبال من قبل المؤسسة عند توقيع العقد بأداء الحج معهم.
1.318	3.88	844	مستوى النقل إلى مكة
1.304	3.95	844	مستوى التكييف في النقل إلى مكة
1.324	3.84	844	مستوى السيارات الناقلة إلى مكة

1.349	3.79	844	مستوى الخدمات خلال الرحلة إلى مكة
1.494	3.69	844	مستوى السكن في مكة قبل يوم التروية
1.506	3.70	844	مستوى الأكل في مكة قبل يوم التروية
1.487	3.79	844	مستوى الشرب في مكة قبل يوم التروية
		844	

هذا المتغير كان مناسبا ل ٨٤٤ حاجا من الذين تم التعاقد معهم من قبل المؤسسات للوصول إلى مكة المكرمة، وكانت النتائج على النحو التالي مرتبة حسب قيمة المتوسط.

الاستقبال من قبل المؤسسة عند توقيع العقد بأداء الحج معهم كان أعلى متوسط (٤,١٣) وانحراف معياري (١,٢٩٢) وهي نتيجة طبيعية لاستقطاب الحجاج لأداء فريضة الحج مع المؤسسة ، ثم مستوى التكييف في النقل إلى مكة في المرتبة الثانية بمتوسط (٣,٩٥) وانحراف معياري (١,٣) و مستوى النقل إلى مكة و مستوى السيارات الناقلة إلى مكة جاء في المرتبين الثالثة والرابعة على التوالي بمتوسط(٣,٨٨و٣,٨٤) وانحراف معياري(١,٣١و١,٣٢)، مستوى الخدمات خلال الرحلة إلى مكة و مستوى الشرب في مكة قبل يوم التروية كانت في المرتبة الخامسة والسادسة بمتوسط متساو (٣,٧٩) وانحراف معياري (١,٣٤ و١,٤) على التوالي، في المرتبة قبل الأخيرة كانت من نصيب مستوى الأكل في مكة قبل يوم التروية بمتوسط(٣,٧) وانحراف معياري(١,٥) وآخر عنصر من عناصر الخدمات خلال الرحلة إلى مكة كان مستوى السكن في مكة قبل يوم التروية بمتوسط (٣,٦٩) وانحراف معياري (١,٥) .

المرحلة الثانية : مستوى جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسة :

خلال يوم التروية (منى)

في هذه المرحلة تم وضع ٩ متغيرات تم قياسها باستخدام لبكرت من ٥ درجات (ممتاز)، ٤درجات(جيد جدا)، ٣درجات(جيد)، درجتين(ضعيف) ودرجة واحدة إذا لم تكن هذه الخدمة مقدمة للحاج.

وهي كالتالي(أنظر الجدول رقم ٢):

وكانت هذه النتائج على النحو التالي:

جدول رقم(٢)

Variance	Std. Deviation	Mean	N	
1.844	1.358	3.86	938	مستوى النقل من مكة إلى منى (اليوم الثامن)
1.864	1.365	3.84	938	مستوى التكييف في النقل إلى منى (اليوم الثامن)
1.802	1.342	3.77	938	مستوى السيارات الناقلة إلى منى (اليوم الثامن)
1.712	1.308	3.84	938	مستوى السكن في منى (اليوم الثامن)

1.776	1.333	3.78	938	مستوى الأكل في منى (اليوم الثامن)
1.802	1.342	3.74	938	مستوى وصول الأكل في الموعد المحدد
1.720	1.311	3.92	938	مستوى الشرب في منى (اليوم الثامن)
1.802	1.342	3.92	938	مستوى التوعية الدينية بأركان الحج (اليوم الثامن)
1.731	1.316	3.87	938	مستوى الخدمة بشكل عام في يوم التروية.
			938	

ويتضح من الجدول السابق أن مستوى الشرب في منى(اليوم الثامن) و مستوى التوعية الدينية بأركان الحج (اليوم الثامن) جاءت في المرتبة الأولى والثانية بمتوسط (٣,٩٢) وانحراف معياري(١,٣١و١,٣٤) على التوالي ، مستوى الخدمة بشكل عام في يوم التروية كانت في المرتبة الثالثة بمتوسط ٣,٨٧) وانحراف معياري (١,٣١)، مستوى النقل من مكة إلى منى(اليوم الثامن)و مستوى التكييف في ا منى(في اليوم الثامن) كانت في المرتبة الرابعة والخامسة بمتوسط (٣,٨٦ و٣,٨٤) على التوالي وانحراف معياري (١,٣٥ و١,٣٦) على التوالي، ثم مستوى السكن في منى(اليوم الثامن)و مستوى الأكل في منى(اليوم الثامن) في المرتبة السادسة والسابعة بمتوسط (٣,٨٤و٣,٧٨) على التوالي وانحراف معياري (١,٣ و١,٣٣) على التوالي.أما مستوى السيارات الناقلة إلى منى(اليوم الثامن) و مستوى وصول الأكل في الموعد المحدد فكانت في المرتبة قبل الأخيرة والأخيرة بمتوسط (٣,٧٨ و٣,٧٧) وانحراف معياري(١,٣٣ و١,٣٤).

المرحلة الثالثة :مستوى جودة الخدمات يوم عرفة :

في محاولة لقياس الخدمات التي يحصل عليها الحاج في يوم عرفه ، تم صياغة ١٠ مفردات لتشمل أغلب أن لم يكن كل الخدمات التي تقدم للحاج من قبل المؤسسة وهي كالتالي (انظر الجدول رقم٣):

جدول رقم(٣)

Std. Deviation	Mean	N	
1.328	3.79	1095	مستوى النقل من منى إلى عرفه
1.370	3.72	1095	مستوى التكييف في النقل من منى إلى عرفه
1.312	3.74	1095	مستوى السيارات الناقلة من منى إلى عرفه
1.369	3.61	1095	مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى عرفه
1.328	3.69	1095	مستوى السكن في عرفه
1.340	3.66	1095	مستوى الأكل في عرفه
1.340	3.71	1095	مستوى وصول الأكل في الموعد المحدد
1.304	3.84	1095	مستوى الشرب في عرفه
1.404	3.85	1095	مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في

			عرفه
1.336	3.77	1095	مستوى الخدمة بشكل عام في عرفه
		1095	

وكانت النتائج كالتالي:

مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في عرفه جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٣,٨٥) وانحراف معياري(١,٤) وجاء مستوى الشرب في عرفه و مستوى النقل من منى إلى عرفه في المرتبتين الثانية والثالثة بمتوسط (٣,٨٤ و ٣,٧٩) وانحراف معياري (١,٣و١,٣٢) على التوالي. أما مستوى الخدمة بشكل عام في عرفه و مستوى السيارات الناقلة من منى إلى عرفه فقد جاءت في المرتبتين الرابعة والخامسة بمتوسط(٣,٧٧ و٣,٧٤) وانحراف معياري (١,٣٣ و١,٣١)، مستوى التكييف في النقل من منى إلى عرفه و مستوى وصول الأكل في الموعد المحدد و مستوى السكن في عرفه فقد جاءت في المراتب السادسة إلى الثامنة بمتوسطات (٣,٧٢، ٣,٧١ و٣,٦٩) وانحراف معياري(١,٣٧، ١,٣٤ و ١,٣٢) على التوالي، وكان مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى عرفه أخر العناصر بمتوسط (٣,٦١) وانحراف معياري(١,٣٦).

المرحلة الرابعة: جودة الخدمات خلال مزدلفة:

تم استخدام ١٠ مفردات لقياس مستوى الخدمة المقدمة للحجاج في مزدلفة وتتضمن العناصر التالية(انظـر الجـدول رقم٤):

جدول رقم(٤)

Std. Deviation	Mean	N	
1.379	3.69	1095	مستوى النقل من عرفه إلى مزدلفة
1.426	3.65	1095	مستوى التكييف في النقل من عرفه إلى مزدلفة
1.354	3.71	1095	مستوى السيارات الناقلة من عرفه إلى مزدلفة
1.415	3.59	1095	مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى مزدلفة
1.482	3.40	1095	مستوى السكن في مزدلفة
1.493	3.39	1095	مستوى الأكل في مزدلفة
1.471	3.43	1095	مستوى وصول الأكل في الموعد المناسب
1.498	3.50	1095	مستوى الشرب في مزدلفة
1.550	3.59	1095	مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في مزدلفة
1.482	3.49	1095	مستوى الخدمة بشكل عام في مزدلفة
		1095	

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات لكل عنصر من عناصر الخدمة المقدمة للحجاج في عرفه تتراوح بين الجيد والجيد جدا(أعلى متوسط كان المتغير رقم ٣ (٣,٧١) واقل متوسط رقم ٦(٣,٣٩).

وأكثر تفصيلا ،فانه يتضح من الجدول السابق أن مستوى السيارات الناقلة من عرفه إلى مزدلفة جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٣,٧١) وانحراف معياري (١,٣٥) ثم مستوى النقل من عرفه إلى مزدلفة جاء في المرتبة الثانية بمتوسط (٣,٦٩) وانحراف معياري (١,٣٧)، بعد ذلك مستوى التكييف في النقل من عرفه إلى مزدلفة جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط (٣,٦٥) وانحراف معياري (١,٤٢)، أما مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى مزدلفة فقد جاء في المرتبة الرابعة بمتوسط (٣,٥٩) وانحراف معياري (١,٤١) ،أما مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في مزدلفة فجاء في المرتبة الخامسة بمتوسط (٣,٥٩) وانحراف معياري (١,٥٥)، أما مستوى الشرب في مزدلفة جاء في المرتبة ا السادسة بمتوسط (٣,٥٠) وانحراف معياري (١,٤٩)،أما مستوى الخدمة بشكل عام في مزدلفة فجاء في المرتبة السابعة بمتوسط (٣,٤٩) وانحراف معياري (١,٤٨)أما مستوى وصول الأكل في الموعد المناسب فقد جاء في المرتبة الثامنة بمتوسط (٣,٤٩) وانحراف معياري (١,٤٧)، أما مستوى السكن في مزدلفة جاء في المرتبة التاسعة بمتوسط (٣,٤) وانحراف معياري (١,٤٨)، أمامستوى الأكل في مزدلفة جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٣,٣٩) وانحراف معياري (١,٤٩).

المرحلة الخامسة: جودة الخدمات خلال أيام التشريق:

لقياس مستوى جودة الخدمات المقدمة للحجاج في منى تم صياغة ١٠ مفردات تشمل التالي(أنظر جدول رقم ٥):

جدول رقم(٥)

Std. Deviation	Mean	N	المفردات
1.693	3.23	1095	مستوى النقل من مزدلفة إلى منى
1.723	3.21	1095	مستوى التكييف في النقل من مزدلفة إلى منى
1.694	3.24	1095	مستوى السيارات الناقلة من مزدلفة إلى منى
1.672	3.14	1095	مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى منى
1.693	3.29	1095	مستوى الأكل في منى
1.663	3.25	1095	مستوى وصول الأكل في الموعد المناسب
1.705	3.46	1095	مستوى الشرب في منى
1.694	3.37	1095	مستوى السكن في منى
1.754	3.46	1095	مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في منى
1.706	3.37	1095	مستوى الخدمة بشكل عام في منى
		1095	

يتضح من الجدول السابق أن مستوى الشرب في منى و مستوى التوعية الدينية بأركان الحج في منى كانت أوفر حظا من غيرها حيث جاءت في المرتبتين الأولى والثانية بمتوسط(٣,٤٦) وانحراف معياري(١,٧)،أما مستوى السكن في منى و مستوى الخدمة بشكل عام في منى جاء في المرتبة الثالثة والرابعة بمتوسط (٣,٣٧) وانحراف معياري(١,٧)، أما مستوى الأكل في منى و مستوى وصول الأكل في الموعد المناسب فكانا في المرتبتين الخامسة والسادسة بمتوسط(٣,٢٩و٣,٢٥) وانحراف معياري(١,٦٩و١,٦٦) على التوالي، أما مستوى السيارات الناقلة من مزدلفة إلى منى و مستوى النقل من مزدلفة إلى منى فجاء في المرتبة السابعة والثامنة بمتوسط(٣,٢٤و٣,٢٣) على التوالي وانحراف معياري(١,٦٩) ،أما مستوى التكييف في النقل من مزدلفة إلى منى و مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى منى فكان في المرتبة التاسعة والعاشرة بمتوسط(٣,٢١ و٣,١٤) وانحراف معياري(١,٧٢ و١,٦٧) على التوالي.

المرحلة السادسة :جودة الخدمات خلال رحلة العودة إلى مكان الإقامة:

لمعرفة جودة الخدمة التي يحصل عليها الحجاج أثناء رحلته إلى مكان إقامته فقدتم صياغة ٧ مفردات ، تشمل التالي(انظر جدول رقم ٦):

جدول رقم(٦)

	N	Mean	Std. Deviation
مستوى النقل من مكة إلى مكان إقامتك	779	4.03	.926
مستوى التكييف في النقل إلى مكان إقامتك	779	4.00	.936
مستوى السيارات الناقلة إلى مكان إقامتك	779	3.99	.951
مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى مكان إقامتك	779	3.92	.964
مستوى الأكل أثناء الرحلة	779	3.97	.985
مستوى الشرب أثناء الرحلة	779	3.98	.950
مستوى الخدمة بشكل عام خلال الرحلة	779	4.00	.966
	779		

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات لكل عنصر من عناصر الخدمة المقدمة للحجاج خلال رحلة العودة تتراوح بين الجيد والجيد جدا وكان الترتيب على النحو التالي:مستوى النقل من مكة إلى مكان اقامة الحاج جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٤,٠٣) وانحراف معياري (٠,٩٢)، مستوى التكييف في النقل إلى مكان إقامة الحاج و مستوى الخدمة بشكل عام خلال الرحلة جاء في المرتبتين الثانية والرابعة بمتوسط (٤,٠٠) وانحراف معياري (٠,٩٣و٠,٩٦) على التوالي، وأما

مستوى السيارات الناقلة من إلى مكان إقامة الحاج و مستوى الشرب أثناء الرحلة و مستوى الأكل أثناء الرحلة و مستوى الوصول في الوقت المحدد إلى مكان الإقامة فقد كانت في المرتبة الرابعة والخامسة والسادسة والسابعة بمتوسط (٣,٩) وانحراف معياري (٠,٩٨، ٠,٩٥، ٠,٩٥ و ٠,٩٦) على التوالي.

عدالة التكلفة المدفوعة من الحجاج مقارنة بجودة الخدمة التي يحصلون عليها.

لمعرفة آراء الحجاج عن عدالة التكلفة المدفوعة من قبلهم للمؤسسات مقابل مايحصلون عليه من خدمة تم سؤال الحجاج ووضع خمس خيارات تبدأ من عادل جدا وتأخذ الرقم (٥) وعادل (٤) مقبول(٣)، غير عادل(٢) غير عادل جدا(١). وكانت النتائج كالتالي: ٧٨ حاجا لم يجيبوا على هذا السؤال (ويمكن اخذ المتوسط ليحل بدلا عن ذلك ولكن تم إبقائها على ذلك لتكون أكثر مصداقية ولأنها لا تؤثر على النتيجة النهائية إذا مأخذ في الاعتبار أنها لاتشكل أكثر من ٠,٠٧ من العينة) وأجاب ٣,٩% غير عادل جدا، ١٠,٩% غير عادل ، ٢٣,٢% مقبول، ٢٧% عادل و ٢٧,٩% أجابوا بعادل جدا.

جدول رقم(٧)

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
7.1	7.1	7.1	78	0
11.1	3.9	3.9	43	1
21.9	10.9	10.9	119	2
45.1	23.2	23.2	254	3
72.1	27.0	27.0	296	4
100.0	27.9	27.9	305	5
	100.0	100.0	1095	Total

خلاصة وصفية لمستوى عناصر الخدمات المقدمة من المؤسسات:

كما هو معلوم فان كل مرحلة من المراحل التي يمر بها الحاج أثناء أدائه لفريضة الحج تتكون من مجموعة من الخدمات التي تقدم له ولمعرفة ماهو أفضل مستوى من الخدمة خلال تلك المراحل بناء على آراء الحجاج تم استخدام المتوسط الكلي لعناصر الخدمات في كل موقع وقد كانت النتيجة بعد ترتيبها حسب المتوسط،(جدول رقم٨) أن متوسط الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات في يوم عرفة حصلت على أعلى متوسط (٣,٧٣) بانحراف معياري قدره (١,١٩) ، ومستوى الخدمة المقدمة يوم التروية جاء في المرتبة الثانية بمتوسط قدره(٣,٦٨) وانحراف معياري قدره (١,٢٢)، وكانت المرتبة الثالثة من نصيب مستوى الخدمات في مزدلفة بمتوسط قدره(٣,٥٤) وانحراف معياري قدره(١,٢٩)، أما الخدمات التي تقدم من بلد الإقامة حتى مدينة مكة فكانت في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره(٣,٥٤) وانحراف معياري قدره (١,٢٧)، ثم جاءت الخدمات المقدمة خلال أيام التشريق في المرتبة الخامسة بمتوسط قدره (٣,٣٠) وانحراف معياري قدره (١,٥٨)، وأخيرا الخدمات التي تقدم للحجاج أثناء المغادرة بمتوسط قدره(٣) وانحراف معياري قدره (١,٧٥).

جدول رقم (٨)

Std. Deviation	Mean	مستوى الخدمات حسب المكان مستوى الخدمات حسب المكان
1.19373	3.7390	جودة الخدمات يوم عرفه
1.22670	3.6800	مستوى جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسة خلال يوم التروية (منى)
1.29917	3.5428	مستوى الخدمة المقدمة للحجاج في مزدلفة
1.27520	3.5422	مستوى جودة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسة قبل يوم التروية (مكة)
1.58944	3.3033	مستوى جودة الخدمات خلال أيام التشريق
1.75116	3.0427	مستوى جودة الخدمات خلال رحلة العودة إلى مكان الإقامة

خامسا:نموذج الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى قياس مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الداخل و اثر عناصر الخدمة على رضاه عن التكلفة المدفوعة ، لأنه كما هو معروف بين المؤسسات الداخلية ،فان الخدمة التي تقدمها المؤسسات تشمل استقبال الحاج من مكان إقامته من مدن المملكة العربية السعودية المختلفة ونقله إلى مكة المكرمة ثم إسكانه في منى (يوم التروية- اليوم الثامن من شهر ذي الحجة) والسهر على راحته وتقديم الأكل والشرب ثم نقله إلى عرفه صبيحة اليوم التاسع وإسكانه وتقديم الأكل والشرب ، ثم التحرك إلى مزدلفة بعد المغرب والمكوث في مزدلفة حتى الصباح(وقد يتم التحرك بعد منتصف الليل) ثم التحرك إلى منى صباح اليوم العاشر وإسكانهم في منى ثلاثة أيام (قد يتم التحرك بعد يومين للمتعجلين ثم المغادرة إلى محل الإقامة للحاج.

لذلك تم تجزيء الخدمات للحجاج حسب المراحل السابقة (بدءا من نقلهم من مكان إقامتهم مرورا بيوم التروية –عرفه-مزدلفة-منى- وحتى رجوعهم إلى مكان إقامتهم). لذلك تم التعبير عنها كمتغيرات مستقلة تؤثر على مستوى رضا الحاج كما يلي:

أولا: المتغيرات التابعة:

هناك متغير واحد تابع في هذه الدراسة :

مستوى رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات الداخلية. (Y1).

ثانيا:المتغيرات المستقلة: تم الاقتصار في هذه الدراسة على اختبار ست متغيرات و التي تؤثر على المتغير التابع وهي كالتالي:

المتغير الأول : جودة الخدمات في مدينة مكة (تبدأ من المنطقة التي تحرك منها الحاج وتستمر خلال السكن في مكة حتى قبل يوم التروية) وتشمل ٨ مفردات .

.(X1)

المتغير الثاني : جودة الخدمات خلال يوم التروية وتشمل ٩ مفردات.

.(X2)

المتغير الثالث: جودة الخدمات خلال يوم عرفه وتشمل ١٠ مفردات.

.(X3)

المتغير الرابع: جودة الخدمات خلال ليلة مزدلفة وتشمل ١٠ مفردات.

.(X4)

المتغير الخامس: جودة الخدمات خلال أيام التشريق وتشمل ١٠ مفردات.

.(X5)

المتغير السادس: جودة الخدمات خلال رحلة العودة إلى مكان الإقامة للحاج وتشمل ٧ مفردات.

.(X6)

طريقة التقدير للنموذج:

هناك مجموعة من الطرق التي يمكن استخدامها على سبيل المثال **Entered; Stepwise** وقد تم استخدام طريقة **Stepwise** التي يمكن من خلالها تفسير أي من المتغيرات التفسيرية يؤثر على المتغير التابع بعد استبعاد تأثير كل المتغيرات التفسيرية الأخرى التي سبق دخولها في النموذج.

نموذج الدراسة : مستوى رضا الحاج عن الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات الداخلية (متغير تابع).

ص = أ+س١+س٢+س٣+س٤+س٥+س٦+خ

وتشير نتائج الانحدار إلى النتائج التالية:

مستوى جودة الخدمات في عرفه يفسر لوحده 488 .% من مستوى رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة المقدمة ، طبقا للقيمة المقدرة لمعامل التحديد488 . .R Square= 0 وهذه القيمة هي مربع معامل الارتباط بين مستوى الرضا و جودة الخدمة المقدمة في عرفة (X3) والذي هو في الواقع معامل التحديد بعد تربيعه698. .R=0 (انظر الجدول جدول رقم ٩).

ويتضح هنا أن معامل الارتباط موجب أيضا وهذا يعني وجودعلاقة طردية بين مستوى الرضا عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمة في عرفة وهو ارتباط قوي ومعنوي كما يتضح من تحليل التباين، والذي يشير إلى أن (ANOVA) مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات في يوم عرفه تساهم مساهمه معنوية جدا في تفسير مستوى رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة مقارنة بجودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الداخلية للحجاج، فمن جدول تحليل التباين(جدول رقم٩) يتضح أن القيمة المحسوبة لإحصائية ل (ف ١٠٩٣)= ١٠٣٩,٨٦٤وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (١%). يأتي بعد ذلك مستوى جودة الخدمة في مزدلفة الذي حسن التفسير بنسبة ٠٤٠. وتخفيض في الخطأ المعياري للانحدار من (١,٠٤) إلى (١,٠٠) ، ثم تأتي مستوى جودة الخدمة أثناء المغادرة إلى محل الإقامة والتي حسن التفسير بنسبة ٠٢٣. ٠ وتخفيض في الخطأ المعياري للانحدار من (١,٠٠) إلى (٩٨.٠) ، يأتي بعد ذلك مستوى

جودة الخدمات في مكة قبل يوم التروية حيث انه تم تحسين التفسير في بنسبة ٠٠٥. وتخفيض في الخطأ المعياري للانحدار من(٠,٩٨) إلى (٠,٩٧) ، وتأتي مستوى جودة الخدمات في منى (أيام التشريق) والذي يحسن التفسير بنسبة ٠,٠٠٤ و لكن تخفيض قليل جدا يقترب من الصفر في الخطأ المعياري للانحدار .

وتأتي مستوى جودة الخدمات خلال يوم التروية كأقل متغير في النموذج والذي يحسن التفسير بنسبة ٠,٠٠٢ وتخفيض في الخطأ المعياري للانحدار من (٠,٩٧) إلى (٠.٩٦)

ومن تلك النتائج يتضح أن رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة يتأثر تأثيراً معنوياً بمجموعة الخدمات التي تقدمها المؤسسات ، وكل المتغيرات تفسر حوالي ٥٦ % من تباين الرضا (بدلالة معامل التحديد المعدل) والنموذج ككل معنوي جداً عند مستوى معنوية ١%

إحصائية F، والمعلمات المقدرة كلها معنوية بدلالة إحصائية t عند مستوى معنوية ١%.

وخلاصة القول أن رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة لمؤسسات حجاج الداخل يتأثر تأثيرا معنويا موجبا بجودة عناصر الخدمة المقدمة.

جدول رقم (٨)

Variables Entered/Removed(a)

Method	Variables Removed	Variables Entered	Model
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality in Arfah	1
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality in Mozdalefah	2
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality after Muna(departure)	3
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality in Makkah	4
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality in Muna	5
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	service quality in muna1	6

a Dependent Variable: V024

جدول رقم (٩)

Model Summary(g)

Change Statistics					Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
Sig. F Change	df2	df1	F Change	R Square Change					
.000	1093	1	1039.864	.488	1.04	.487	.488	.698(a)	1
.000	1092	1	92.055	.040	1.00	.527	.527	.726(b)	2
.000	1091	1	54.993	.023	.98	.549	.550	.742(c)	3
.000	1090	1	12.617	.005	.97	.554	.555	.745(d)	4
.002	1089	1	10.116	.004	.97	.557	.559	.748(e)	5
.023	1088	1	5.165	.002	.96	.559	.561	.749(f)	6

a Predictors: (Constant), service quality in Arfah
b Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah
c Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna (departure)
d Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah
e Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah, service quality in Muna
f Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah, service quality in Muna, service quality in muna1
g Dependent Variable: V024

جدول رقم (١٠)

ANOVA (g)

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares		Model
.000(a)	1039.864	1126.144	1	1126.144	Regression	1
		1.083	1093	1183.688	Residual	
			1094	2309.832	Total	
.000(b)	609.274	609.085	2	1218.171	Regression	2
		1.000	1092	1091.661	Residual	
			1094	2309.832	Total	
.000(c)	444.597	423.519	3	1270.557	Regression	3
		.953	1091	1039.275	Residual	
			1094	2309.832	Total	
.000(d)	340.153	320.612	4	1282.449	Regressi	4

					on	
		.943	1090	1027.383	Residual	
			1094	2309.832	Total	
.000(e)	276.421	258.381	5	1291.905	Regression	5
		.935	1089	1017.927	Residual	
			1094	2309.832	Total	
.000(f)	232.093	216.119	6	1296.714	Regression	6
		.931	1088	1013.118	Residual	
			1094	2309.832	Total	

a Predictors: (Constant), service quality in Arfah
b Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah
c Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure)
d Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah
e Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah, service quality in Muna
f Predictors: (Constant), service quality in Arfah, service quality in Mozdalefah, service quality after Muna(departure), service quality in Makkah, service quality in Muna, service quality in muna1
g Dependent Variable: V024

جدول رقم(١١)

Coefficients(a)

95% Confidence Interval for B		Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients			Model
Upper Bound	Lower Bound			Beta	Std. Error	B		
.452	.046	.016	2.403		.103	.249	(Constant)	1
.902	.798	.000	32.247	.698	.026	.850	service quality in Arfah	
.405	.014	.036	2.105		.099	.209	(Constant)	2
.555	.368	.000	9.669	.379	.048	.462	service quality in Arfah	
.507	.335	.000	9.595	.376	.044	.421	service quality in Mozdalefah	
.352	-.030	.098	1.658		.097	.161	(Constant)	3
.507	.323	.000	8.825	.341	.047	.415	service quality in Arfah	
.444	.273	.000	8.211	.320	.044	.358	service quality in Mozdalefa	

							h	
.184	.107	.000	7.416	.176	.020	.146	service quality after Muna(departure)	
.266	-.127	.490	.690		.100	6.919E-02	(Constant)	4
.475	.288	.000	7.987	.313	.048	.381	service quality in Arfah	
.404	.227	.000	7.002	.282	.045	.316	service quality in Mozdalefah	
.168	.088	.000	6.339	.154	.020	.128	service quality after Muna(departure)	
.186	.054	.000	3.552	.105	.034	.120	service quality in Makkah	
.290	-.103	.349	.936		.100	9.373E-02	(Constant)	5
.513	.322	.000	8.541	.343	.049	.417	service quality in Arfah	
.405	.229	.000	7.074	.284	.045	.317	service quality in Mozdalefah	
.243	.134	.000	6.810	.227	.028	.189	service quality after Muna(departure)	
.181	.049	.001	3.407	.101	.034	.115	service quality in Makkah	
-.039	-.163	.002	-3.181	-.110	.032	-.101	service quality in Muna	
.268	-.126	.478	.709		.100	7.119E-02	(Constant)	6
.469	.255	.000	6.640	.297	.055	.362	service quality in Arfah	
.392	.215	.000	6.720	.272	.045	.304	service quality in Mozdalefah	
.246	.138	.000	6.933	.231	.028	.192	service quality after	

							Muna(departure)
.157	.016	.016	2.421	.076	.036	8.657E-02	service quality in Makkah
-.051	-.177	.000	-3.540	-.124	.032	-.114	service quality in Muna
.208	.015	.023	2.273	.094	.049	.111	service quality in muna1

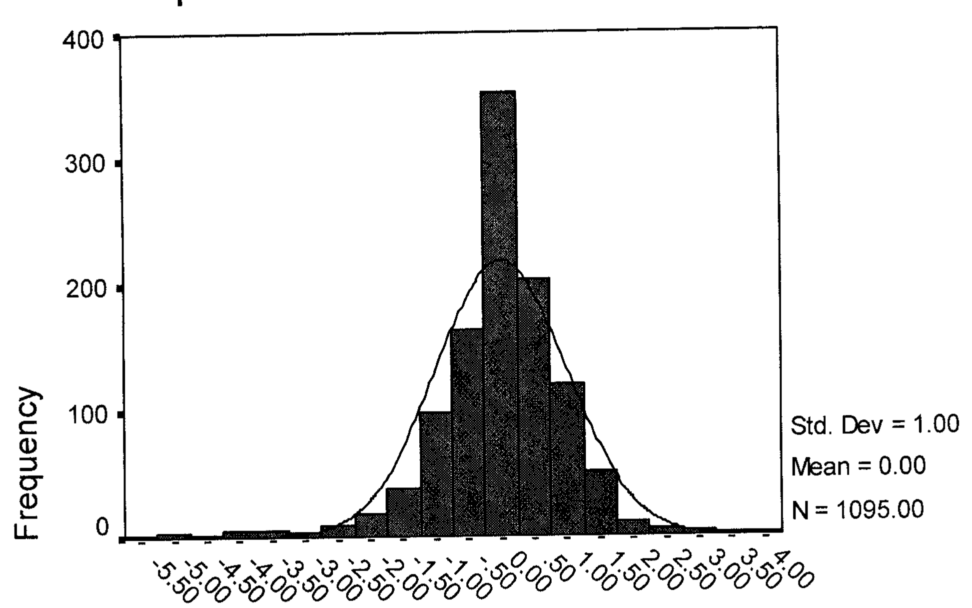
a Dependent Variable: V024

يتضح من الدراسة إن رضا الحاج عن عدالة التكلفة المدفوعة يتأثر بالخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الداخلية وقد اتضح أن أهم عناصر الخدمات المؤثرة في رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة هي ما تقدمه له تلك المؤسسات في عرفة من خدمات يريدها نظرا لأهميتها بالنسبة له حيث يقضي الحاج هذا اليوم في الغالب من الصباح الباكر إلى المغرب ونظرا لمحدودية حركته في هذا اليوم لذا فهو في حاجة ماسة للحصول على كل نصيب من الخدمات التي يريدها لعدم وجود بدائل يلجأ إليها في حالة عدم توفرها لدى المؤسسة. ثم عناصر الخدمات التي يتحصل عليها الحاج في مزدلفة ، وهذا منطقي نظرا لمحدودية الخدمات في تلك الليلة أو لعدم وجود بدائل للحاج في مزدلفة يمكن أن يلجأ إليها لإشباع حاجته . فضلا عن حالة التعب التي يشعر بها الحاج بعد يوم عرفة لذا يكون أحوج إلى خدمة أفضل من المؤسسة تخفف عنه وطأة ما يشعر به من تعب بعد عناء يوم عرفة فهو أحوج مايكون إلي الخدمة لتخفيف وطأة التعب الذي يشعر به.

ويلاحظ أن معظم المؤسسات الداخلية تحاول أن تركز جل خدماتها في منى نظرا لطول فترها الزمنية (٣ أيام) مقارنة بيوم عرفه وليلة مزدلفة على الرغم من أن معظم الحجاج في أيام منى يحاولون التحرك إلى مكة والبقاء فيها طوال فترة النهار ،على غرار يوم عرفه الذي يبقى فيه الحجاج طوال اليوم بعرفة دون وجود بدائل للحاج ، لذلك من غير المنطقي إن تركز معظم المؤسسات على منى في ظل وجود بدائل وعدم التركيز على يوم عرفه الذي يحتاج فيه الحاج إلى خدمة أكثر.

Histogram

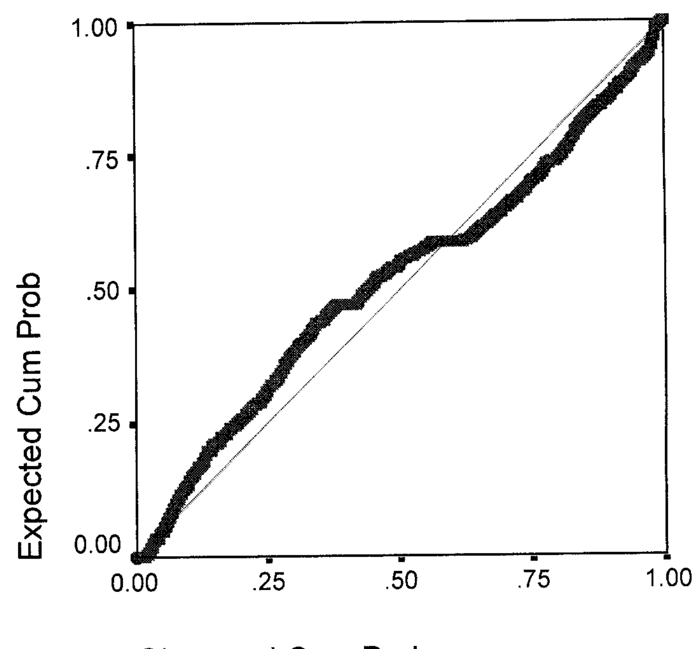
Dependent Variable: V024

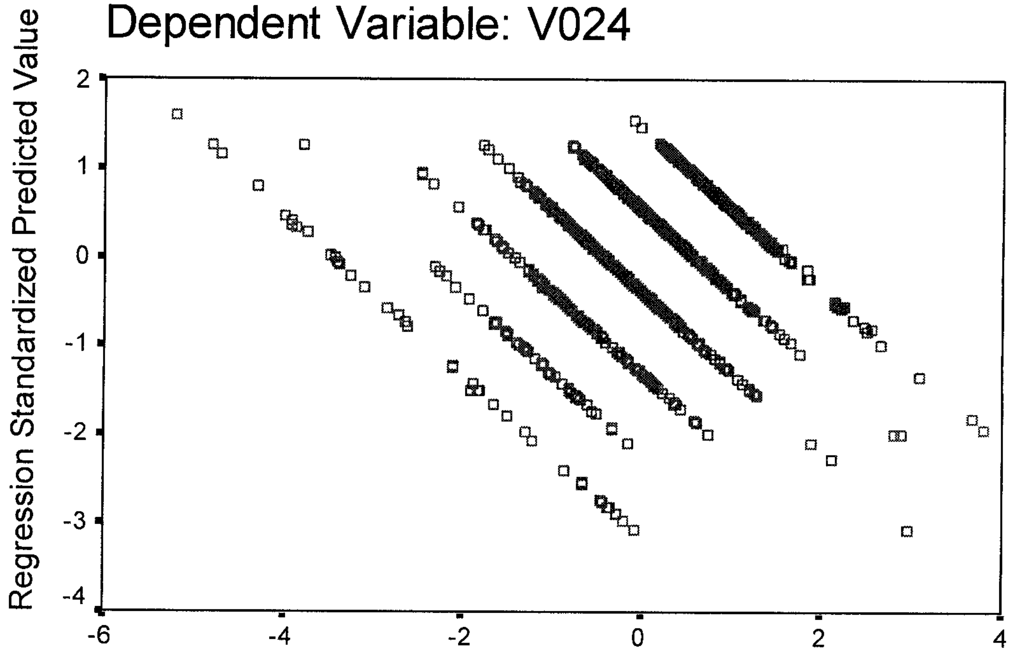


Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Stand

Dependent Variable: V024




Scatterplot
Dependent Variable: V024
Regression Standardized Predicted Value
2
1
0
-1
-2
-3
-4
-6
-4
-2
0
2
4
Regression Deleted (Press) Residual

المبحث الرابع

(دراسة الحالات)

في محاولة لدراسة النظام المحاسبي لمؤسسات حجاج الداخل تم اختيار خمسة عشر مؤسسة فقط من العينة محل الدراسة والبالغ عددها ٣٤ مؤسسة لمعرفة قدرة النظام المحاسبي على توليد بيانات تساعد متخذي القرار على تحديد التكلفة الفعلية للحاج وتحقيق هامش ربح مقبول للمؤسسة ليضمن لها الاستمرارية في سوق المنافسة وتقديم خدمة ذات جودة مناسبة تشجع الحاج لأداء الفريضة وفي نفس الوقت مرضية له .

وتمـــت صياغة مجموعة من الأسئلة التي يمكن من خلالها معرفة مدى توفر معرفة نظام محاسبي وتكاليفي لدى المؤسسة وقدرة هذا النظام على توليد معلومات مفيدة في تقدير التكلفة المطلوبة، وكانت الأسئلة الرئيسية تتمثل في الأتي:

- هل يوجد نظام محاسبي ؟
- هل يوجد نظام لحساب تكاليف الحج للحاج ؟
- ماهي عناصر تكاليف الحج للفرد الواحد؟
- كم عدد الحجاج المصرح لكم في السنة الحالية؟
- كم عدد الحجاج المصرح لكم في السنة الماضية؟
- كم عدد الحجاج الفعليين في السنة الحالية؟
- كم عدد الحجاج الفعليين في السنة الماضية؟
- كم عدد فئات مستوى الخدمة للحجاج؟
- عدد فئات مستوى السكن؟
- هل لدي المؤسسة أو الشركة موظف محاسبة؟
- هل هناك حسابات تقديرية للمؤسسة يتم إعدادها قبل فترة الحج؟
- إذا كان العدد الفعلي للحجاج اقل من العدد المصرح به فسوف تكون هناك طاقه شاغرة. فكيف يتم استغلال هذه الطاقة؟
- هل هناك تفاوت في المبلغ المحصل من الحاج حسب تفاوت مناطق المملكة العربية السعودية ؟

(أ) **المؤسسة الأولى**

هي شركة تختص بخدمة الحجاج من داخل المملكة العربية السعودية وهذه الشركة لا يوجد لديها نظام محاسبي و إنما يتم إدارة حساباتها بطرق غير مبنية على أسس ومعايير محاسبية .

وكذلك لا تقوم الشركة باستخدام نظام لحساب تكاليف الحج للفرد الواحد و إنما يتم حساب هذه التكاليف بشكل إجمالي.

وتتكون عناصر تكاليف الحج فيما يلي :-

١. تكلفة الحصول على التصاريح من قبل وزارة الحج .
٢. تكلفة الأطعمة و المشروبات .
٣. تكلفة المسكن في منى والإقامة بعرفه ومزدلفة .
٤. تكلفة سيارات النقل :- وهذه السيارات جزء منها ملك للشركة و الجزء الأخر يتم استئجاره و يلاحظ أن هذه الشركة لا تقوم باستخدام النظم المحاسبية فهي لا تقوم باحتساب استهلاك لوسائل النقل المملوكة .
٥. تكلفة إيجار المكتب
٦. مرتبات وأجور العاملين بالشركة
٧. تكلفة الأثاث المستخدم للسكن الحجاج
٨. تكلفة الأنشطة و البرامج الدينية التي تقام للحجاج
٩. التكاليف التسويقية المتمثلة في الإعلانات و توزيع النشرات
١٠. تكاليف المرافق العامة مثل الهاتف و الكهرباء
١١. تكلفة النقل من منطقة الحاج إلى مكة .

وبالنسبة للعدد المصرح لهذه الشركة من قبل وزارة الحج لحج عام ١٤٢٤هـ هو (٢٠٠٠)حاج ولحج عام ١٤٢٥هـ(٢٠٠٠)حاج.

أما عدد الحجاج الفعلي فقد كان عام ١٤٢٤هـ (١٦٣٠) حاج و في عام ١٤٢٥هـ (١٣٣٠) حاج و من اجل تقديم خدمة جيدة للحجاج فانه يتم استقبال عدد اقل من المصرح به.

وان فئات مستوى الخدمة للحجاج تنقسم إلى فئة (أ) وفئة (ب) وفئة(ج) وفئة (د) وفئة(هـ) كما يوجد تقسيم لهذه الفئات يصل أحيانا إلى ثلاث مستويات مثل تقسيم عدد الحجاج داخل المخيم إلى ستة أشخاص أو ثمانية داخل الخيمة الواحدة.

مع ملاحظة انه إذا لم تحصل الشركة على العدد المصرح به فان هذه الطاقة الشاغرة من الخيام الفارغة تمثل خسارة على الشركة لان الوزارة لا تعيد المبالغ الرسمية للخيام للشركة بعد استلام المخيمات(حسب إفادة الشخص المسئول) و هذا يحصل نادرا لان الوزارة تفرض على الشركة عدد من الخيام يكفي ل ٧٠% من العدد المصرح به .

كما انه لدى الشركة عمليات تخطيط مسبقة و كذلك تقدير للتكاليف بسيطا و بدائيا . و مما يعوق عملية التخطيط اصطدام الشركة بقرارات وأنظمة جديدة لاتبلغ بها الا قرب فترة الحج و كذلك لايوجد كتاب يشمل جميع هذه الأنظمة.

كما يلاحظ إن الشركة لايوجد لديها محاسبين و إنما يتم إدارة حسابات الشركة من قبل الملاك لهذه الشركة و بطريقة جزافية وبدائية .

(ب) المؤسسة الثانية والثالثة لخدمات حجاج الداخل:

هناك تشابه كبير بين هاتين المؤسستين حيث لاتقوما بإعداد الحسابات وفقا للقواعد و الأسس المحاسبية ولا تستخدم نظم لحساب تكاليف الفرد الواحد و إنما يتم إدارة حسابات هذه المؤسستين من قبل أصحابها ويتم احتساب تكاليف الحج بطريقة إجمالية بدائية. وتتلخص عناصر التكاليف في الأتي :-

- تكاليف الحصول على التصاريح
- تكاليف المسكن و الإقامة
- تكاليف التغذية
- مرتبات و أجور العمال
- إيجار المكاتب
- تكاليف النقل:وهنا يتم استئجار وسائل النقل
- تكاليف المرافق العامة

ويلاحظ إن فئات مستوى الخدمة هي فئة (ج) بالنسبة للمؤسسة الثانية و فئة (هـ) بالنسبة الثالثة.

ومستوى السكن هو من الدرجة الثالثة لكلا المؤسستين.

أما بالنسبة للعدد المصرح للحجاج فهو كالتالي:-

المؤسسة	السنة الحالية	السنة الماضية
الثانية	٢٠٥٠	١٠٠٠
الثالثة	٣٣٤	٣٣٤

أما بالنسبة للعد الفعلي للحجاج فهو كالتالي:-

اسم المؤسسة	السنة الحالية	السنة الماضية
الثانية	١٨٠٠	٧٠٠
الثالثة	١٥٠	١٥٠

إما بالنسبة للطاقة الشاغرة للمؤسسة و المتمثلة في إن عدد الحجاج الفعليين اقل من عدد الحجاج المصرح بهم للشركة فيتم استغلال هذه الطاقة في المؤسسة الثانية و المتمثلة في الخيام من خلال شغلها بمحلات تجارية مثل صوالين للحلاقة ونحو ذلك.

أما بالنسبة للمؤسسة الثالثة فيتم تأجير هذه الخيام الزائدة لأشخاص آخرين.

ويلاحظ أن هاتين المؤسستين لاتقوما بإعداد الخطط أو الحسابات التقديرية و إنما تعتمد على التخمين و بذلك قراراتها غير مبنية على أسس علمية حديثة.

ويلاحظ إن المبلغ المتقاضى من الحاج الواحد من خارج مكة يزيد على من هو داخلها تبعا لظروف النقل ووسائله.

ج-المؤسسة الرابعة والخامسة والسادسة والسابعة

هذة الشركات الأربعة لاتختلف عن بعضها البعض إلا في أجزاء معينة حيث تقوم هذه الشركات باستخدام البرامج الكترونية في إدارة حساباتها مثل برنامج (XL) كما أن لديها موظفين محاسبين غير مؤهلين لإدارة الحسابات وفق الأسس و المعايير المحاسبة و إنما بطريقة جزافية.

و تتلخص عناصر تكاليف الحج في الأتي :-

- تكلفة العيادات الطبية لخدمة الحجاج
- تكلفة الاطعمه و المشروبات
- تكلفة السكن
- تكلفة النقل:- هنا جزء من وسائل النقل ملك للمؤسسة ولا يحتسب عليه استهلاك وإنما يتم تحميلها على نفس السنة التي تم الحصول عليها و الجزء الآخر من وسائل النقل يتم استئجاره.
- تكلفة الإذاعة الداخلية للمحاضرات الدينية و الإجابة على أسئلة الحجاج و البرامج التثقيفية .
- تكلفة الحصول على تصاريح الحج
- التكاليف الإدارية و التسويقية
- تكلفة إيجار الأثاث المستخدم لسكن الحجاج
- تكلفة المرافق العامة للمكتب

أما بالنسبة للعدد المصرح للحجاج فهو كتالي :-

المؤسسة	السنة الحالية	السنة الماضية	مستوى الخدمة
الرابعة	٢٤٠٠	٢٤٠٠	فئة (أ) وسعرها (٣٨٥٠) ريال فئة (د) وسعرها (٢٠٠٠) ريال
الخامسة	٢٠٠٠	٢٠٠٠	(أ ،ب ، ج)
السادسة	١٥٠٠	١٥٠٠	فئة (أ)
السابعة	١٨٠٠	١٨٠٠	فئة (أ)

أما بالنسبة للعدد الفعلي للمؤسسات هو كالأتي :-

المؤسسة	السنة الحالية	السنة الماضية
الرابعة	١٢٠٠	١٢٠٠
الخامسة	١٩٠٠	١٦٠٠
السادسة	٨٧٣	٦٥٢
السابعة	٨٠٠	١٢٦٠

و بالنسبة للطاقة الشاغرة للمؤسسات المتمثلة في أن عدد الحجاج الفعليين اقل من العدد المصرح بـــه للمؤسسة فيتم الاستفادة منه بوضع خمسة أشخاص في الخيمة الواحدة بدلا من ثمانية.

وجميع المؤسسات السابقة تقوم بالتخطيط لعملية الحج وإعداد الحسابات التقديرية بطريقة بدائيـــة تعتمد على التخمين و التوقعات بعيدا عن التنبؤ الصحيح.

د-المؤسسة الثامنة

هي مؤسسة تختص بخدمة الحجاج من داخل المملكة وتقوم الشركة باستخدام النظام المحاسبي وبعض الـــبرامج الالكترونية مثل برنامج (XL) و يوجد لدى المؤسسة نظام لحساب تكلفة الفرد الواحد و يتم حساب هذه التكلفة حسب برامج المؤسسة الخمسة وهي كتالي:-

- برنامج الصفوة :-

و يقدم هذا البرنامج الخدمات خدمات تعد جزءا من حساب تكاليف الفرد الواحد و هي كالتالي:-

- السكن بمنى و ذلك بتخصيص خيمة بجميع مرافقها للحاج الواحد مع أسرته.
- الإقامة في عرفة
- النقل :- وهنا وسائل النقل مختلفة منها ماهو ملك للشركة و يتم استهلاكه بنسبة ٢٠% و منها ماهو مستأجر.
- التغذية
- الخدمات العامة بالمخيم و المتمثلة في الرعاية الطبية و الحراسات الأمنية و عربات لكبار السن

و سعر هذا البرنامج هو (٥٥٠٠٠) ريال

- برنامج الوسام :-

ويتم تقديم الخدمات الآتية والتي تحتسب جزء من تكاليف الحاج و هي:-

١. السكن في منى
٢. الإقامة في عرفة و مزدلفة
٣. التغذية في منى وعرفة
٤. الخدمات العامة في المخيم
٥. المواصلات

و سعر هذا البرنامج هو (٥٢٠٠٠) ريال

- برنامج درجة الأفق :-

و يقدم البرنامج الخدمات الآتية :-

١. السكن بمنى
٢. الإقامة بعرفة و مزدلفة
٣. التغذية بمنى و عرفة
٤. المواصلات
٥. الخدمات الخاصة بالمخيم و المتمثلة في الرعاية الطبية و الحراسات الأمنية و الهاتف المجاني للمكالمات الداخلية

و سعر هذا البرنامج هو ٥٧٥٠ ريال للفرد

- برنامج درجة الضيافة و برنامج براعم فوج مكة

و يتم تقديم الخدمات التالية :-

١. السكن بمنى
٢. الإقامة بعرفة ومزدلفة
٣. التغذية في منى و عرفة
٤. المواصلات
٥. الخدمات الخاصة بالمخيم
٦. البرامج الثقافية والتوعية

وسعر هذين البرنامجين هو ٤٧٥٠ ريال للفرد

- و هناك عناصر تكاليف أخرى للمؤسسة و هي :-

١. تكلفة الحصول على التصاريح
٢. تكلفة إيجار المكتب
٣. مرتبات و أجور العاملين
٤. تجهيزات المكتب و يحسب للأثاث استهلاك بواقع ٢٠%
٥. تكاليف المرافق العامة
٦. التكاليف التسويقية للشركة

و يوجد لدى الشركة موظف محاسبة لإدارة الحسابات أما بالنسبة للطاقة الاستيعابية الشاغرة للشركة و المتمثلة في الخيام مثلا فيتم توزيعها على الحجاج وذلك بتقليل عدد الحجاج في الخيمة الواحدة حسب البرنامج و منها مايترك لموظفي الشركة

و يتم إعداد حسابات تقديرية للشركة حسب أعمال الشركة السابقة و تحليل النتائج و تحديد الانحرافات و معالجة هذه الانحرافات تفاديا من الوقوع فيها مرة أخرى.

هـ-المؤسسة التاسعة

هي مؤسسة لخدمة حجاج الداخل و تمتلك الشركة نظم محاسبية و برامج الكترونية محاسبية لإدارة حسابات المؤسسة و يقوم بمسك هذه الحسابات موظف مختص في المحاسبة و يوجد لدى المؤسسة نظام لحساب تكلفة الفرد الواحد من الحجاج و تتلخص عناصر التكلفة للفرد الواحد فيما يلي:-

١. تكلفة الاطعمه و المشروبات
٢. تكلفة السكن في منى و الاقامه في عرفة و مزدلفة
٣. تكلفة وسائل النقل:- وهذه الوسائل جزء منها ملك للمؤسسة وتستهلك هذه السيارات بواقع ١٥% و الجزء الآخر منها مستأجر
٤. تكلفة الأنشطة و البرامج الدينية للحجاج
٥. هناك تكلفة زائدة للحجاج من خارج مكة و تتمثل في النقل من منطقة الحاج الى مكة
٦. تكلفة الحصول على التصاريح
٧. تكلفة الأثاث المستخدم للسكن الحجاج

ويلاحظ أن هناك تكاليف أخرى غير مرتبطة بالحاج بصفة مباشرة وهي:-

١. تكلفة إيجار المكتب و تجهيزاته
٢. مرتبات و أجور العاملين بالمؤسسة
٣. التكاليف التسويقية مثل الحملات الإعلانية
٤. تكاليف المرافق العامة للمكتب

وان فئات مستوى الخدمة للحاج هي الفئة (أ) و مستوى السكن من الدرجة الأولى

وتقوم المؤسسة بإعداد حسابات تقديرية قبل فترة الحج و يتم إعداد هذه الحسابات و التنبؤ بها على نتائج خمس سنوات سابقة.

أما بالنسبة للطاقة الشاغرة للمؤسسة و المتمثلة في نقص عدد الحجاج الفعليين عن العدد المصرح به فان هـذه الطاقة الزائدة في الخيام يتم توزيعها على الحجاج أي يكون في الخيمة الواحدة ثلاثة أشخاص بدلا من ثمانية أشخاص.

و أما عدد الحجاج المصرح به لهذه المؤسسة في السنة الحالية و السنة الماضية فهو (٢٢٠٠) حاج و لكي تقدم المؤسسة خدمات أفضل ومن الدرجة الأولى فإنها تقوم باستقبال عدد فعلي للحجاج في حدود ٧٠% من العـدد المصرح به لها وبالتالي فان عدد الحجاج الفعليين في السنة الحالية (١٠٠٠) حاج بينما العدد الفعلي في السنة الماضـية (١٤٠٠)حاج.

وتقوم المؤسسة بالتخطيط لعملية الحج مسبقا و يكون هناك خطط بديلة لتعديل الخطة الأساسية إذا كانت النتائج غير مرضية.

وصف النظام المحاسبي في هذه المؤسسة:

تمارس المؤسسة عدة نشاطات متمثلة في نشاط الحج و نشاط العمرة و نشاط النقل ونشاط الخدمات العامة ولكن الدراسة هنا تقتصر على نشاط الحج.

وتعامل المؤسسة كل نشاط على حدة من الناحية المحاسبية. وذلك لقياس و معرفة نتيجة كل نـشاط و مـدى فعاليته و من ثم اتخاذ القرار في استمرار النشاط ام الغائه .

أما فيما يختص بنشاط الحج فتستخدم المؤسسة برنامج التطبيقات الجاهزة عن طريق الحاسب الآلي و يتمثل هذا البرنامج في برنامج (فوذه) لإعمال المحاسبة.

حيث يتم في بداية الأمر تحديد الأصول الخاصة بالمؤسسة و الخصوم و كذلك تحديد الإيرادات و المصروفات و تحديد جميع العناصر التي تندرج تحت العناصر السابقة و بعد ذلك يتم إعداد دليل الحسابات و ترميزه و ذلك علـى النحو التالي (على سبيل المثال):-

١- الأصول :
١١-الصندوق
١٢- البنك
١٣- أثاث و تجهيزات
١٤- سيارات

٢- الخصوم:

٢١- الموردون

٣- الإيردات:

٣١- ايردات حجاج منطقة الرياض:

٣١١- طيران

٣١٢- النقل عن طريق البر

٣٢- إيرادات حجاج منطقة مكة:

٣٢١ – منى

٤- المصروفات:

٤١- أجور و تجهيزات الخيام

٤٢- إعاشة

٤٣- دعاية و إعلان

٤٤- أجور ورواتب الموظفين

٤٥- التنقلات

وبالتالي عند بداية الحج تقوم الشركة باستئجار الخيام بمبلغ يتراوح بين (٧٠٠٠-٧٥٠٠) و يتم تجهيز هذه الخيام من المفروشات و التجهيزات و غيرها و يتم اعتبار هذه التكاليف ضمن بند أجور و تجهيزات الخيام ويسجل بها قيــد مزدوج في برنامج (فوذة) المحاسبي و يتم ترحيل القيد الكترونيا الى دفتر الأستاذ و من ثم الى ميزان المراجعة و حساب الأرباح والخسائر.

و عند الحصول على التصاريح من وزارة الحج يتم اعتباره من التكاليف و يتم قيده في النظام و كذلك عند شراء السيارات يتم قيده كأصل في الميزانية و احتساب استهلاك لهذه السيارات و يرحل الاستهلاك السنوي إلى حـــساب أرباح وخسائر أو مجمع الإهلاك فيتم تسجيله في الميزانية وذلك بخصمه من قيمة السيارة الدفترية(التاريخية).

و تتمثل إيرادات المؤسسة في المبالغ المحصلة من الحجاج وهي كتالي:-

١. إيرادات حجاج منطقة الرياض عن طريق الطيران بـــ (٦٠٠٠) ريال

٢. إيرادات حجاج منطقة الرياض عن طريق البر بـــ (٥٠٠٠) ريال

٣. إيرادات حجاج منطقة مكة (منى)بـــ (٤٠٠٠)ريال

وبالتالي عند الحصول على هذه الايردات يتم تسجيلها في البرنامج المحاسبي في قيد اليومية و بعد ذلك ترحل الى دفتر الأستاذ ثم ترحل الى الميزان المراجعة و كذلك حساب الأرباح والخسائر.

و تقوم المؤسسة بإعداد حسابات خاصة بيوم بعرفة فيتم تحديد التكاليف التي تتحملها المؤسسة في ذلك اليـــوم سواء من نقل وأطعمه و مشروبات و تكلفة السكن و غيرها ، ويتم قياس رضا الحاج عن هذه الخدمات المقدمة و يتم الاستفادة من نتيجة هذا القياس في الأعوام القادمة التالية بحيث إذا كان هناك رضا من الحاج فيتم زيـــادة و تحـــسين نوعية هذا الرضا للحاج أما إذا كان الحاج غير راضي عن الخدمة المقدمة فيتم تحليل هذا الانحرافات التي أدت إلى عدم رضا الحاج و تعديله هذا الانحرافات ومعالجتها بحيث يتجنب حدوث مثل هذا الانحراف في الأعوام القادمة.

أما فيما يختص بالمبيت بمزدلفة فيتم معالجة تكاليفها عن طريق إدراجها ضمن تكاليف المعيشة.

وبالنسبة للمبيت بمنى فيتم معالجة حساباتها بصفة مستقلة مثل الحسابات الخاصة بيوم الوقوف بعرفة و قياس كذلك رضا الحاج عن ايام المبيت بمنى وذلك لزيادة فعالية هذه الخدمات.

وعند الحصول على الأثاث و التجهيزات عن طريق الأجل فيتم قيد ذلك في برنامج (فوذة) في قيد يومية كتالي :-

مـ/ الأثاث

حـ/ الموردون

و يتم ترحيل طرفي القيد الى دفتر الأستاذ و ميزان المراجعة و من ثم الى الميزانية .

و خلاصة القول أن جميع العمليات والأحداث المالية للمؤسسة يتم تسجيلها في قيد اليومية في برنامج (فوذة) المحاسبي حسب طرفية المدين و الدائن ثم بعد ذلك يتم ترحيلها الكترونيا الى دفتر الأستاذ المساعد ثم الى دفتر الأستاذ العام و بعد ترحل أرصدة دفتر الأستاذ الى ميزان المراجعة و إعداد حساب الأرباح والخسائر و حساب الميزانية العامة عن سنة حج ١٤٢٥هـ.

و بعد إعداد هذه الحسابات الختامية و بعد فترة الحج يتم دراسة نتيجة حسابات الشركة لحج هذا العام ومقارنتها مع الأعوام السابقة و تحديد الانحرافات في نشاط حسابات الشركة و تعديلها في خطة الحج للأعوام التالية و ذلك للخروج بأفضل إدارة للنشاط المؤسسة و تفادي و قوع الخطر مرة أخرى.

ويتم تحديد تكلفة الفرد الواحد وذلك عن طريق المعادلة التالية :-

=مجموع التكاليف خلال الحج مقسوم على عدد الحجاج

وتفيد التكاليف في إعداد الخطط المستقبلية لمواسم الحج للأعوام التالية .

و- المؤسسة العاشرة

تستقبل هذه الشركة الحجاج من جميع مناطق المملكة و تقدم لهم خدمات الحج والعمرة تستخدم نظام محاسبي مالي كما تستخدم الشركة برنامج الكتروني لتسجيل تعاملاتها المالية و هذا البرنامج هو برنامج " ياراسوفت المحاسبي " .

إلا انه لايوجد بها نظام تكاليف وبالتالي تحسب تكلفة جميع الحجاج بشكل إجمالي أي حساب كل المصاريف المدفوعة للوصول إلى تكلفة الحاج ولاتقوم الشركة بحساب تكلفة الحاج الواحد بشكل مفصل .

وتمتلك الشركة بعض سيارات النقل الخفيف و يحسب لهذه السيارات إهلاك الأصول الثابتة أما الحافلات الكبيرة فتقوم باستئجارها من الغير.

ويمكن تقسيم عناصر التكاليف للحجاج كالآتي :-

١- مصاريف نقل الحجاج

٢- الأطعمة و المشروبات المقدمة للحجاج

٣- السكن و محتوياته

٤- مصروفات التجهيزات

٥- مصاريف الرواتب للعاملين

٦- العمولات الممنوحة للغير

٧- التصاريح

و حصلت الشركة على تصريح من وزارة الحج بعدد الحجاج المصرح به في السنة الماضية و كان عددهم (٨٥٠) أما السنة الحالية فقد حصلت الشركة على تصريح بعدد الحجاج المصرح به و بلغ عددهم (٢٦٠٠) حاج.

و بلغ عدد الحجاج الفعليين الذين تم استقبالهم في السنة الماضية (٦٥٠) حاج أما مايخص الحجاج الفعليين في السنة الحالية فبلغ عددهم (١١٧٤) حاج و تقدم الشركة مستويات لخدمة الحجاج و هذه المستويات تختلف من فئة لأخرى على النحو التالي :-

أ- برنامج فئة طيران: هذه الخدمة تقدم للحجاج بمميزات عالية من ناحية جودة الخدمة و النقل و غير ذلك و يكون سعر هذا البرنامج مرتفع نسبيا عن البرامج الأخرى و هذا البرنامج يمثل مستوى فئة ((أ)) و أدنى تكلفة لهذا البرنامج تبلغ (٣٥٠٠) ريال.

ب- برنامج فئة باصات :- هذه الخدمة تعتبر أقل من سابقتها من ناحية الخدمات المقدمة للحجاج و سعر هذا البرنامج أقل من برنامج فئة الطيران و يمثل هذا البرنامج مستوى فئة (ب).

و يوجد لدى الشركة محاسب يقوم بإعداد حسابات الشركة الفعلية و التقديرية. وتعد الشركة حسابات تقديرية يتم إعدادها قبل فترة الحج و يتم تقديرها و تحليلها بناء على الفترات السابقة وذلك عن طريق تقدير التكلفة المتوقعة و الإيراد المتوقع للإجمالي فقط.

وتقوم الشركة بحصر جميع الخيام المساندة و الخدمات، وإذا وجدت هناك طاقة استيعابية فائضة يتم الاستفادة منها عن طريق عمل مخازن و مساكن إضافية لحجاج الداخل.

ولايوجد تفاوت في المبالغ المحصلة من الحجاج حسب تفاوت المناطق بالمملكة وإنما يكون التفاوت فقط في فئة البرنامج المقدم للحجاج .

و تقدم الشركة مستوى لفئة السكن للحجاج و هو فئة ((ج)).

ز-المؤسسة الحادية عشر والثانية عشر :

تقدم المؤسستين خدمات الحج و العمرة لحجاج الداخل و يوجد لديها نظام محاسبي. و تستخدما برنامجا الكترونيا لتسجيل تعاملاتهما المالية و هو برنامج "بلال المحاسبي".

و لايوجد لدى الشركة نظام لحساب تكلفة الحاج الواحد و إنما تقوم بحساب تكلفة جميع الحجاج بشكل إجمالي و استخراج صافي الربح بعد خصم إجمالي التكاليف من إيرادات الحجاج الإجمالية.

و تتكون عناصر تكاليف الحجاج من الآتي :-

١- الاطعمه و المشروبات المقدمة للحجاج

٢- مصاريف النقل للحجاج

٣- السكن و محتوياته

٤- مصاريف رواتب العاملين

٥- التصاريح

ولا تمتلك المؤسسة الحادية عشر حافلات لنقل الحجاج و إنما تقوم باستئجارها من الغير.

وحصلت المؤسسة الحادية عشر على تصريح من وزارة الحج بعدد الحجاج المصرح به في السنة الماضية وكان عددهم (١٩٠٠) حاج. أما مايخص السنة الحالية فكان عدد الحجاج المصرح به هو (١٥٩٠) حاج. وقد بلغ عدد الحجاج الفعليين في السنة الماضية (١٧٠٠) حاج أما عدد الحجاج الفعليين في السنة الحالية فقد بلغ (١٣٩٨)حاج.

وقد حصلت المؤسسة الثانية عشر على تصريح بعدد الحجاج المصرح به في السنة الماضية(١٦٠٠) حاج و أما السنة الحالية فقد حصلت على تصريح ب (١١٣٠) حاج.

و كان عدد الحجاج الفعليين في السنة الماضية (١٣٤٠) حاج أما في السنة الحالية فقد بلغ عدد حجاجها الفعليين (١٩٧) حاج

و تقدم المؤسستين فئات معينة من الخدمات لمرتديها على النحو التالي :

١- فئة التميز:- وهذه الخدمة تقدم للحجاج بمستوى عالي و يكون سعرها مرتفعا و تمثل مستوى خدمة فئة (أ).

٢- فئة الضيافة:- وهذه الخدمة اقل من سابقتها ويكون سعرها اقل من الفئة الأولى و تمثل مستوى خدمة فئة (ب)

و مستوى فئة السكن المقدمة للحجاج هو فئة (د).

ويوجد محاسب واحد في كل مؤسسة يقوم بإعداد حساباقما و تقوم كل منهما بعمل ميزانية تقديرية قبل فترة الحج لتقدير التكلفة و الإيراد المتوقع و ذلك بناء على نتائج السنوات السابقة و مقارنتها بعضها البعض.

وإذا وجدت طاقة استيعابية ناتجة من قلة عدد الحجاج الفعليين عن المصرح به فيستفاد منها بعمل بوفيه مفتوح للتغذية و عمل أماكن إضافية لحجاج (VIP) و أيضا إسكان للعمالة و الموظفين و مستودع للخدمات.

ولا يوجد تفاوت في المبالغ المحصلة من الحجاج حسب مناطق المملكة بل التفاوت يكون فقط في مستوى فئة الخدمة المقدمة للحجاج.

ح-المؤسسة الثالثة عشر

يوجد بها نظام محاسبي متمثل في البرامج التطبيقية الجاهزة و العدد المصرح لهم خلال السنة الحالية (١٠٠٠) حاج وعدد الحجاج الفعليين (٩٥٠) حاج و العدد المصرح لهم في السنة الماضية (١٠٠٠) حاج و عدد الحجاج الفعليين في السنة الماضية (١٠٠٠)حاج.

وتستغل الشركة الأماكن الشاغرة في تقديمها للموظفين مجانا كحافز تشجيع، وتقدم المؤسسة خدمتين للحجاج وهي فئة (أ) و تكلفتها (٤١٠٠) على حجاج مكة وتضيف على من خارجها تكلفة النقل والمعيشة. و فئة (د) و تكلفتها (١٨٠٠) ريال للحاج الموجود في مكة أما من هم خارجها فتضيف عليهم تكلفة النقل والمعيشة ..

وتمتلك المؤسسة و سائل النقل و هي عبارة عن باصات موديل ٢٠٠٢ و عمرها الافتراضي ثلاث سنوات و نصف وتلتزم المؤسسة بدفع مبلغ (٥٥) ريال لوزارة الحج مقابل الحصول على التصاريح لكل حاج .

وتقوم المؤسسة باستئجار مباني عند الحرم للحجاج من خارج مكة كما تقوم المؤسسة بإعداد خطط تقديرية للحج و لايمكن للمؤسسة أن تغير سعر تكلفة الحاج حتى لو لم يأتي نصف عدد الحجاج المصرح لهم ، كما تتحمل المؤسسة تكاليف الأكل و المشروبات في منى و عرفة ومزدلفة و تتحمل تكلفة إيجار الخيام أيضا و تتحمل التكاليف الإدارية و التسويقية مثل رواتب الموظفين و الإعلانات عن الحملة وغيرها.

ط-المؤسسة الرابعة عشر :

يوجد في هذه المؤسسة نظام محاسبي متمثلا في برنامج (XL) كما يوجد بها محاسب و لديها نظام لحساب تكلفة الحج للفرد الواحد و عناصر هذه التكاليف عبارة عن:

التكاليف الإدارية و المتمثلة في رواتب الموظفين المسؤولين عن الاستقبال و الحسابات و تامين الأطعمة و المشروبات في منى و وعرفة ومزدلفة .

و التكاليف التسويقية المتمثلة في الإعلانات عن الحملة .

وتكلفة و سائل النقل وهي عبارة عن باصات مملوكة للمؤسسة وتتفاوت موديلاتها مابين (٢٠٠٢-٢٠٠٣) و تكلفة الحصول على تصاريح الحج من وزارة الحج و تقوم المؤسسة بدفع مبلغ وقدرة (٥٥) ريال للتصريح الواحد عن كل حاج.

و تكلفة توفير السكن و تكلفة توفير الاطعمه و المشروبات في منى و عرفه و مزدلفة و تكلفة إيجار مبنى عند الحرم .

كما تقدم المؤسسة خدمة فئة (ه) فقط و تتقاضى المؤسسة من كل حاج بمكة مبلغ وقدره (٨٠٠) ريال مع أخذ فارق تكلفة النقل و المعيشة من الحجاج خارج مكة.

وبالنسبة للعدد المصرح لهذه المؤسسة فكان خلال السنة الماضية (١٠٨٠) حاج أما العدد الفعلي للحجاج فكان (١٠٨٠) حاج أما بالنسبة للسنة الحالية فالعدد المصرح لها فهو (١٠٨٠) حاج بينما العدد الفعلي للحجاج (٩٠٠) حاج كما أن المؤسسة لاتستغل الطاقة الشاغرة المتمثلة في الخيام و تترك خالية.

س-المؤسسة الخامسة عشر :

يوجد بها نظام محاسبي و نظام لحساب تكاليف حج الفرد الحج الواحد و عناصر هذه التكاليف هي:-

١- تكلفة سيارات النقل وهي عبارة عن باصات مستأجرة
٢- تكلفة المسكن في منى و عرفه و مزدلفة
٣- تكلفة الاطعمه و المشروبات في منى وعرفه و مزدلفة
٤- تكلفة الحصول على التصاريح من قبل وزارة الحج و تدفع المؤسسة مقابل كل تصريح مبلغ وقدره (٥٥) ريال
٥- تكلفة النقل و المعيشة للحجاج من خارج مكة و يحسب على الحجاج و ذلك يكون بفارق السعر بين الحجاج من مكة و الحجاج من خارج مكة.
٦- التكاليف الإدارية و التسويقية مثل رواتب الموظفين و الدعاية والإعلان عن الحملة.

و هناك عدد كبير من الموظفين بعضهم مسئول عن الإدارة و بعضهم مسئول عن تامين الاطعمه و المشروبات في منى وعرفه و مزدلفة و تقدم هذه الحملة خدمة فئة (أ) فقط وتأخذ مقابل مبلغ (١٠٠٠) ريال لكل حاج و العدد المصرح به لهذه المؤسسة خلال السنة الماضية (٢٠٠٠) حاج و العدد الفعلي للحجاج فهو (٢٠٠٠) حاج ، أما بالنسبة للسنة الحالية فالعدد المصرح به هو (٢٠٠٠) حاج و العدد الفعلي أيضا (٢٠٠٠) حاج.

ومن خلال دراسة الحالات السابقة يمكن القول أن عناصر تكاليف الحج بالنسبة لمؤسسات الداخل تتمثل في الأتي:

١. تكلفة الحصول على التصاريح من قبل وزارة الحج وهي حسب الفئات (أنظر جدول رقم ١.)
٢. تكلفة الأطعمة و المشروبات .
٣. تكلفة السكن في منى والإقامة بعرفه ومزدلفة .
٤. تكلفة النقل وتنقسم إلى نوعين : تكاليف السيارات الناقلة وتكاليف النقل عن طريق الخطوط السعودية ، فيما يتعلق بالنوع الأول بعض المؤسسات تمتلك أسطولا من السيارات و الجزء الأخر يتم استئجاره.

٥. تكلفة إيجار المكاتب

٦. مرتبات وأجور العاملين بالشركة

٧. تكلفة الأثاث المستخدم للسكن الحجاج

٨. تكلفة الأنشطة و البرامج الدينية التي تقام للحجاج

٩. التكاليف التسويقية المتمثلة في الإعلانات و توزيع النشرات

١٠. تكاليف المرافق العامة مثل الهاتف و الكهرباء

١١. تكاليف المسكن و الإقامة

١٢. تكاليف التغذية خلال أيام الحج

١٣. تكلفة العيادات الطبية لخدمة الحجاج

١٤. تكلفة الإذاعة الداخلية للمحاضرات الدينية و الإجابة على أسئلة الحجاج و البرامج التثقيفية .

١٥. العمولات الممنوحة للغير

١٦. تكلفة استئجار المباني عند الحرم للحجاج من خارج مكة

وهذه العناصر تختلف من مؤسسة لأخرى.

جدول رقم(١)

فئة (أ)	فئة (ب)	فئة (ج)	فئة (د)	فئة (هـ)
٧٥٠٠ريال	٦٥٠٠ريال	٥٠٠٠ريال	) = ٣٦٥٠ ريال	١٥٠٠ ريال

أما بالنسبة للعدد المصرح به و العدد الفعلي للحجاج للسنة الحالية (١٤٢٥هـ) والسنة الماضية (١٤٢٤هـ) فهي كالآتي :-

الرقم	اسم الشركة (المؤسسة)	عام ١٤٢٤هـ				عام ١٤٢٥هـ			
		المصرح	الفعلي	الفرق	%	المصرح	الفعلي	الفرق	%
١	الأولى	٢٠٠٠	١٦٣٠	٣٧٠	١٨,٥	٢٠٠٠	١٣٣٠	٦٧٠	٣٣,٥
٢	الثانية	١٠٠٠	٧٠٠	٣٠٠	٣٠	٢٠٥٠	١٨٠٠	٢٥٠	١٢,٢٠
٣	الثالثة	٣٣٤	١٥٠	١٨٤	٥٥,٠٩	٣٣٤	١٥٠	١٨٤	٥٥,٠٩
٤	الرابعة	٢٤٠٠	١٢٠٠	١٢٠٠	٥٠	٢٤٠٠	١٢٠٠	١٢٠٠	٥٠
٥	الخامسة	٢٠٠٠	١٦٠٠	٤٠٠	٢٠	٢٠٠٠	١٩٠٠	١٠٠	٥
٦	السادسة	١٥٠٠	٨٧٣	٦٢٧	٤١,٨	١٥٠٠	٦٥٢	٨٤٨	٥٦,٥٤
٧	السابعة	١٨٠٠	٨٠٠	١٠٠٠	٥٥,٥٦	١٨٠٠	١٢٦٠	٥٤٠	٣٠
٨	الثامنة	٢٢٠٠	١٤٠٠	٨٠٠	٣٦,٣٧	٢٢٠٠	١٠٠٠	١٢٠٠	٥٤,٥٤
٩*	التاسعة	--	--	--	--	--	--	--	--
١٠	العاشرة	٨٥٠	٦٥٠	٢٠٠	٢٣,٥٣	٢٦٠٠	١١٧٤	١٤٢٦	٤٥,٨٥
١١	الحادية عشر	١٩٠٠	١٧٠٠	٢٠٠	١٠,٥٣	١٥٩٠	١٣٩٨	١٩٢	١٢,٠٨
١٢	الثانية عشر	١٦٠٠	١٣٤٠	٢٦٠	١٦,٢٥	١١٣٠	١٩٧	٩٣٣	٨٢,٥٧
١٣	الثالثة عشر	١٠٠٠	١٠٠٠	٠	٠	١٠٠٠	٩٥٠	٥٠	٥
١٤	الرابعة عشر	١٠٨٠	١٠٨٠	٠	٠	١٠٨٠	٩٠٠	١٨٠	١٦,٦٧
١٥	الخامسة عشر	٢٠٠٠	٢٠٠٠	٠	٠	٢٠٠٠	٢٠٠٠	٠	٠

* غير متاح

اما بالنسبة للبرامج المحاسبية المستخدمة في المؤسسات فهي كالاتي :-

الرقم	اسم المؤسسة	البرامج المستخدمة
١	الأولى	لاتقوم بإعداد الحسابات وفق القواعد و الأسس المحاسبية و لاتستخدم نظاما محاسبيا يمكن من خلاله معرفة تكاليف للفرد الواحد و أنما يتم أدارة حسابات هذه المؤسسات من قبل أصحاها و يتم احتساب تكاليف الحج بطريقة إجمالية و بدائية .
٢	الثانية	
٣	الثالثة	
٤	الرابعة	تقوم هذه الشركات باستخدام البرامج الكترونية لإدارة الحسابات ثتمثل في برامج التطبيقات الجاهزة المتمثلة في :- ✓ برامج التطبيقات الجاهزة (XL) ✓ برنامج ((ياراسوفت المحاسبي)) ✓ برنامج ((بلال المحاسبي)) ✓ برنامج ((فوذة المحاسبي)) كما يوجد لدى المؤسسات موظفين محاسبين يقومون بإدارة الحسابات بطريقة جزافية . كما تتم تحديد تكلفة الفرد الواحد للحج و بطريقة جزافية أيضا .
٥	الخامسة	
٦	السادسة	
٧	السابعة	
٨	الثامنة	
٩	التاسعة	
١٠	العاشرة	
١١	الحادية عشر	
١٢	الثانية عشر	
١٣	الثالثة عشر	
١٤	الرابعة عشر	
١٥	الخامسة عشر	

وأخيرا فان أغلب مؤسسات حجاج الداخل لا تستخدم نظام محاسبيا دقيقا، و ذلك لقصر فترة نشاط هذه المؤسسات فهو موسمي. أما المؤسسات ذات الأنشطة المتعددة أو المتنوعة فان القليل منهم يستخدم نظاما محاسبيا قديما وبطريقة بدائية قائمة على الحدس والتخمين في حساب التكاليف.

خاتمة الدراسة ونتائجها وتوصياتها

تشمل هذه الخاتمة على استعراض لأهم النتائج التي أمكن التوصل إليها وهي على النحو التالي:

أولا – النتائج:

يمكن تلخيص أهم النتائج التي توصل إليها البحث من خلال الدراسة السابقة في النقاط التالية:

١- اختلف الباحثون في تحديد المقصود بجودة الخدمة، إلا أنها بشكل عام تعني تقديمها للمستهلك بشكل جيد وخال من العيب والنقص.

٢- اتضح من خلال الدراسة أن هناك تباينا في وجهات النظر حول تحديد المعايير التي تقاس بها جودة الخدمة، ويعود ذلك إلى عدم تجانس الخدمات وتقلب الطلب عليها من وقت لآخر.

٣- اهتم الإسلام بجودة العمل وإتقانه وأدائه على أفضل وجه، وقد جاءت نصوص القران الكريم والسنة المطهرة مؤكدة على ذلك وحاثة عليه.

٤- أظهرت الدراسة أن ارتفاع مستوى جودة الخدمة يحقق العديد من الايجابيات كزيادة الطلب على خدمات المؤسسة واستمرار التعامل معها من قبل الحجاج وزيادة أرباحها وقدرتها على المنافسة بالإضافة إلى استمرارها في سوق العمل ،كما أن لانخفاض مستوى جودة الخدمة العديد من الآثار السلبية كعدم تكرار التعامل مع المؤسسة وإعطاء صورة سيئة عنها وقلة الطلب على خدماتها مما قد يضطرها للخروج من سوق العمل، هذا بالإضافة إلى التأثير السلبي على سمعة المملكة ومستوى الخدمات فيها خاصة في ظل زيادة عدد الحجاج المقيمين على ارض المملكة .

٥- إن القيام بقاس مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الداخل بين الفينة والأخرى ومتابعة ذلك من الجهات البحثية والحكومية يحقق العديد الآثار الاقتصادية كتحسين وتطوير مستوى الخدمات، الحد من المغالاة في الاجورالمطلوبة مقابل الخدمات المقدمة، وترشيد استخدام الموارد والحد من إهدارها، وتشجيع المؤسسات الداخلية على التقيد ببنود العقد والحد من المشاكل الناتجة عن عدم الالتزام بهذه البنود، وتصحيح السلبيات التي قد تقع بسبب عدم مرونة بعض الإجراءات التنظيمية، وتسهيل عمل الجهات الرقابية على الخدمة المقدمة ونحو ذلك.

٦- واجهت الدراسة التطبيقية صعوبة في عدم تعاون بعض مؤسسات حجاج الداخل في توزيع استمارات الاستبيان على عملائها من الحجاج، وهذا يحد من إجراء الدراسات التطبيقية وتفعيل دورها بالرغم من أهميتها في توفير المعلومات الضرورية للدراسة الضرورية وإثراء القاعدة المعلوماتية التي تعاني من نقص كبير في المجال التطبيقي.

٧- اتضح من خلال تحليل البيانات الأولية ان معظم أفراد العينة هم من المواطنين ، أما المقيمين فكانت نسبتهم قليلة، وقد تركزت أعمار أفراد العينة فيما بين ٢٦-٤٠ سنة اغلبهم من الرجال، وقد تراوحت الأجور التي تتقاضاها المؤسسات الداخلية من الحجاج فيما بين ٢٠٠ ريال (وهذه النسبة للمؤسسات الخيرية) إلى ٧٥٠٠ ريال.

٨- أتضح من خلال الدراسة أن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل مؤسسات الداخل في عرفه أهم عنصر مؤثر في درجة رضا الحاج، ويرجع ذلك إلى محدودية الحركة في ذلك اليوم بالنسبة للحاج حيث يقضي

معظم يوم عرفه، وبالتالي فهو في حاجة ماسة للحصول على كل نصيبه من الخدمات التي يريدها لعدم وجود البدائل التي يلجأ إليها في حالة عدم توفرها لدى المؤسسة.

٩- تبين من خلال الدراسة الميدانية أن رضا الحاج يتأثر بمستوى جودة الخدمات التي يحصل عليها من قبل المؤسسة، وبشكل عام فقد أشار معظم أفراد العينة وبنسبة ٦٥% إلى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة من قبل مؤسسات الداخل، كما أشار ١٩% إلى أن مستوى الخدمة مقبول، في حين عبر عدد من الحجاج لم تتجاوز نسبتهم ٩,٥% من إجمالي العينة عن عدم رضاهم عن مستوى الخدمة المقدمة لهم من قبل المؤسسات.

١٠- يوجد تباين في وجهات النظر بين أفراد العينة حول عدالة التكلفة التي يدفعونها للمؤسسات مقابل الخدمة التي يحصل عليها، وبشكل عام فقد عبر ١٤,٨% بعدم عدالة التكلفة مقابل الخدمة المقدمة و ٢٣,٢% أشاروا إلى أنها مقبولة و أشار ٥٤,٩% بأنها عادلة.

١١- يحتل رضا العميل أهمية كبيرة في مجال الدراسات التسويقية وذلك للدور الذي يلعبه في تقييم المنشأة ومدى نجاحها وقدرتها على المنافسة واستمرارها في سوق العمل.

١٢- تبين من خلال الدراسة التطبيقية أن رضا الحاج عن التكلفة المدفوعة يتأثر بمجموعة عناصر الخدمة في مكة ويوم التروية وعرفة ومزدلفة وأيام التشريق .

١٣- أغلب مؤسسات حجاج الداخل لا تستخدم نظام محاسبيا دقيقا، و ذلك لقصر فترة نشاط هذه المؤسسات فهو موسمي. أما المؤسسات ذات الأنشطة المتعددة أو المتنوعة فان القليل منهم يستخدم نظاما محاسبيا قديما وبطريقة بدائية قائمة على الحدس والتخمين في حساب التكاليف.

١٤- مستوى الرضا لمعظم الحجاج عن التكلفة المدفوعة مقبول بشكل عام مقارنة بجودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات .

ثانيا- التوصيات:

لقد أسفرت الدراسة عن التوصيات التالية:

١- ضرورة قيام الجهات المختصة بوضع معايير وضوابط عامة لمستوى جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الداخلية لعملائها من الحجاج، حيث أن وضع مثل هذه المعايير سيحد من المشاكل التي تحدث بين ومؤسسات حجاج الداخل.

٢- مراقبة الجهات المختصة للمؤسسات الداخلية في تحديد المبالغ المطلوبه من الحجاج مقابل الخدمات المقدمة لهم ، وتفعيل دور المنافسة بين تلك المؤسسات لتقديم خدماتها بجودة أعلى وتكلفة أقل.

٣- ضرورة قيام الجهات المختصة بتشكيل لجنة لمراقبة ومتابعة تقيد المؤسسات الداخلية والتزامها ببنود العقد المبرم بينها وبين الحجاج، وفرض العقوبات الرادعة على المؤسسات التي تخل ببنود العقد وما أعلنت عنه من خدمات.

٤- ضرورة قيام المؤسسات الداخلية بوضع برامج مستمرة واستراتيجيات خاصة لتطوير وتحسين مستوى الخدمات التي تقدمها باستمرار.

٥- اعادةالنظر بشكل مستمر في الإجراءات التنظيمية التي تتخذه الجهات المختصة بأعمال الحج لتصحيح السلبيات التي قد تحدث في تلك الإجراءات ومحاولة تلافيها في المستقبل.

٦- اهتمام مؤسسات الداخل بمستوى الخدمات في جميع المراحل التي يمربها الحاج أثناء تأديته للحج وليس الاهتمام بمرحلة دون أخرى.

٧- الاهتمام بتوعية أفراد المجتمع بأهمية الدراسات الميدانية وأهمية التعاون مع القائمين بها، وما لهذه الدراسات من آثار ايجابية على الأفراد بشكل خاص وعلى المجتمع بشكل عام.

٨- تقترح الدراسة بإنشاء شركات كبيرة أو دمج مؤسسات الداخل في شركات مساهمة لكي تتمكن من أداء هذه الخدمة بشكل أفضل

٩- ضرورة استخدام نظام محاسبي منظم وتوظيف محاسبين مؤهلين للقيام بأعمال المحاسبة.